

ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ДЯДІН АНДРІЙ СЕРГІЙОВИЧ

УДК 658.87:003.12(043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)
економічні науки

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.


_____ А.С. Дядін

Науковий керівник Чорна Марина Віталіївна, доктор економічних наук,
професор



*Преклиреною дисертацією
з огляду на замітку
з іменним підприємством
подається до спеціального
вченої ради Д 64.088.01
Членом секретаря*

АНОТАЦІЯ

Дядін А.С. Оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук (доктора філософії) за спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». – Харківський державний університет харчування та торгівлі Міністерства освіти і науки України, Харків, 2017.

Дисертацію присвячено теоретичному обґрунтуванню та розробці науково-методичних і практичних рекомендацій з оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

Визначено особливості підприємницької діяльності, її специфіку в сфері роздрібної торгівлі та сформовано авторське бачення підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі як самостійної, ініціативної, систематичної, на власний ризик економічної діяльності із забезпечення і управління торговельними процесами, спрямованої на задоволення потреб кінцевих споживачів у товарах і послугах шляхом надання торговельної послуги високої цінності та отримання на цій основі прибутку.

Доведено комплексність поняття «ефективність підприємницької діяльності» та обґрунтовано необхідність застосування цільового, ресурсного, результативного та динамічного підходів під час дослідження ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

Встановлено, що ефективність діяльності суб'єкта підприємництва залежить від задоволення всіх контрагентів. Згідно з таким баченням підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі досліджено через призму теорії стейкхолдерів, основними з яких визначено суб'єкта, державу, споживачів та інших (конкуренти, постачальники, інвестори тощо). Запропоновано визначення ефективності підприємницької діяльності в

роздрібній торгівлі як ступеня досягнення встановлених цілей на основі оптимального використання обмежених ресурсів за певний період часу за умови задоволення специфічних вимог основних стейкхолдерів.

Сформовано концептуальні засади оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі у вигляді єдиного комплексу визначених елементів оцінки (суб'єкт; об'єкт; мета; методичні підходи – цільовий, результативний, ресурсний, динамічний; відповідні критерії – ціледосяжність, результативність, ресурсовитратність, динамічність; методи; показники; інформаційне забезпечення), побудованого на основі обґрунтованої сукупності базових (загальносистемних і спеціальних) принципів з урахуванням галузевої специфіки роздрібно торгівлі та вимог основних стейкхолдерів.

Досліджено сприятливість зовнішнього середовища функціонуванню підприємницької діяльності в Україні. Виявлено нестабільну динаміку розвитку вітчизняної роздрібно торгівлі в період з 2007 до 2016 рр., протягом якого відбувалося зростання фактичного роздрібно товарообороту (виключення 2009 р.), погіршення купівельної спроможності населення (крім 2016 р.), приріст обсягу капітальних інвестицій у торговельну галузь. Доведено наявність залежності ефективності підприємницької діяльності від чинників мінливого зовнішнього оточення.

Кількісну оцінку впливу чинників зовнішнього середовища на ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі здійснено на основі розробленого графоаналітичного методу оцінки Він передбачає ранжування впливу середніх за сукупністю показників еластичності багатofакторної лінійної регресійної моделі на результативний показник та дозволяє оцінити інтенсивність впливу сукупності зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність за допомогою площі багатокутника, кількість вершин та сторін якого дорівнює кількості чинників впливу.

Експрес-оцінку ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі здійснено за допомогою розробленого науково-методичного підходу,

яка передбачає проведення процедури зонування на основі векторної матриці рівня ефективності, сформованої функціями прибутковості та відповідності. Використані для оцінки кількісні та якісні показники трансформовано до єдиного кількісного значення за допомогою процедури формалізованого нормування. З урахуванням позиціювання за квадрантами матриці та векторності траєкторії визначаються проблемні напрями ефективності окремого суб'єкта підприємницької діяльності в межах конкурентної групи.

Запропоновано ієрархічну модель комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, яка складається з трьох блоків і забезпечує всебічність оцінки задоволеності вимог та потреб основних зацікавлених сторін у призмі «стратегія – процеси – можливості». Відповідно до цієї моделі визначення ефективності є цілісним багаторівневим процесом кількісного оцінювання результативності та віддачі в ієрархічному взаємозв'язку можливості, процеси, стратегії – з урахуванням очікувань, потреб, внесків та ступеня задоволеності виокремлених стейкхолдерів. Аналітична робота з оцінки ефективності за ступенем задоволеності вимог стейкхолдерів та потреб суб'єкта підприємницької діяльності здійснюється синхронно та починається з найвищого рівня управління – стратегічного. Інтегральна оцінка ефективності на рівні «процеси» забезпечує формування масиву аналітичної інформації щодо комплексу процесів, потрібних для реалізації стратегій. Об'єктом оцінки на рівні «можливості» виступають торговельні операції, а результатом – інформація для забезпечення ефективності здійснення процесів другого рівня.

Розроблено систему показників комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, яка складається з трьох взаємопов'язаних підсистем різнорівневих показників за кожним із визначених стейкхолдерів: стратегічно-орієнтовані, що безпосередньо або опосередковано характеризують досягнення стратегічних цілей суб'єкта підприємницької діяльності; процесно-орієнтовані, спрямовані на визначення

ефективності торговельно-технологічних бізнес-процесів; операційно-орієнтовані, які характеризують можливості й ефективність підприємницької діяльності на рівні окремих операцій. За кожним рівнем визначається комплексний критерій ефективності на основі інтегральних показників задоволеності стейкхолдера та його внеску в забезпечення ефективності підприємницької діяльності, які в свою чергу розраховуються на основі обґрунтованої сукупності відповідних аналітичних показників. Така структура забезпечує взаємозв'язок між діями і результатами, узгодженість ієрархічних рівнів оцінки та є підґрунтям для розробки подальших управлінських дій.

Узагальнення результатів комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі запропоновано здійснювати шляхом формування профілів стейкхолдерів, які складаються з інтегральних показників і комплексних критеріїв ефективності за ієрархічними рівнями – стратегії, процеси, можливості, та побудови діаграми Cause-and-Effect-Diagram.

Імплементация методичного забезпечення комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі за даними 2015–2016 рр. на прикладі ТОВ «Восторг» підтвердила його дієвість.

Ключові слова: підприємницька діяльність, ефективність, оцінка, роздрібна торгівля, стейкхолдери, експрес-оцінка, комплексна оцінка.

ANNOTATION

Diadin A. S. Assessment of the effectiveness of entrepreneurship in retail trade. – As a manuscript.

The dissertation for obtaining a scientific degree of a candidate in economics, specialty 08.00.04 – economics and management of enterprises (by types of economic activities). – Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Kharkiv, 2017.

The dissertation is devoted to theoretical substantiation and development of scientific-methodical and practical recommendations for assessment of the effectiveness of entrepreneurship in retail trade.

The features of entrepreneurship and its specifics in the area of retail trade are determined and the author's vision of entrepreneurship in retail trade is formed as an independent, initiative, systematic, at one's peril economic activity on the implementation and management of trade processes, aimed at satisfying the needs of end-users in goods and services through the provision of a high-value trade service and the profit-making on this basis.

The complexity of the concept of “the effectiveness of entrepreneurship” is proved and the necessity of using the target, resource, productive, and dynamic approaches during the research of the effectiveness of entrepreneurship in retail trade is substantiated.

It is established that the effectiveness of a business entity is provided by satisfying all counterparties. According to this vision, entrepreneurship in retail trade is studied through the prism of the stakeholders' theory, the main ones of which are determined to be a subject itself, the state, consumers, and others (competitors, suppliers, investors, etc.). The definition of business effectiveness in the retail trade is suggested as a degree of achieving the established objectives based on the optimal use of scarce resources in a given period of time under the condition of meeting specific requirements of key stakeholders.

The conceptual basis is formed for assessing the effectiveness of entrepreneurship in retail trade as a single complex of certain elements of the assessment (a subject; an object; an objective; the methodical approaches – the target, productive, resource, dynamic ones, and the relevant criteria – achievability of goals, effectiveness, resource consumption, dynamics; methods; indicators; information support), built on the basis of the reasonable aggregate of the basic (system-wide and specific) principles taking into account the industry specifics of retail trade and requirements of key stakeholders.

The quantitative assessment of the influence of environmental factors on the effectiveness of entrepreneurship in retail trade was carried out on the basis of the developed graphic-analytical method of assessment. It involves ranging of the influence of average in aggregate elasticity indicators of the multifactorial linear regression model on an output indicator and allows assessment of the intensity influence of the aggregate of external factors on entrepreneurship via a polygon area, the number of vertexes and sides of which is equal to the number of factors of influence.

The express assessment of the effectiveness of entrepreneurship in retail trade is conducted by the developed scientific and methodological approach that involves the procedure for zoning based on a vector matrix of a level of effectiveness that is formed by the profitability and compliance functions. The quantitative and qualitative indicators used in the assessment are transformed to a single quantitative value using the formalized normalization procedure. Based on the positioning by the quadrants of the matrix and the vector resemblance of the trajectory, the problem areas of the effectiveness of a separate business entity are determined within a competition group.

The hierarchical model of the complex assessment of the effectiveness of entrepreneurship in retail trade is suggested, which consists of three blocks and provides a comprehensive assessment of the satisfaction of requirements and needs of key interested parties in the prism of "strategy-processes-opportunities". According to this model, determination of the effectiveness is an integral multi-level process of quantitative assessment of the effectiveness and output in the hierarchical relationship of capability, processes, strategies, taking into account expectations, needs, contributions, and the degree of satisfaction of the singled out stakeholders. The analytical work to assess the effectiveness by the degree of satisfaction of the requirements of stakeholders and the needs of a business entity is carried out synchronously and begins with the highest level of management – the strategic one. Integral assessment of the effectiveness at the level of "processes" provides the formation of an array of analytical information about a

complex of processes necessary for the implementation of strategies. The object of assessment at the level of "opportunities" is trade operations, and the result is information to ensure the effectiveness of the implementation of the second-level processes.

The system of indicators of the complex assessment of the effectiveness of entrepreneurship in retail trade is developed, which consists of three interrelated subsystems of multi-level indicators for each of the identified stakeholders: strategically focused ones, which directly or indirectly characterize the achievement of strategic objectives of a business entity; process-oriented ones, which are aimed at determining the effectiveness of trade and technological business processes; operational-oriented ones, which characterize the opportunities and effectiveness of entrepreneurship at the level of individual operations. For each level, a complex criterion of effectiveness is determined based on integrated indicators of stakeholder's satisfaction and their contribution in providing the effectiveness of entrepreneurship, which in turn are calculated based on the reasonable aggregate of relevant analytical indicators. Such a structure ensures the interrelation between actions and results, the consistency of the hierarchical levels of assessment, and it is the basis for the development of further management actions.

The generalization of the results of the comprehensive assessment of the effectiveness of entrepreneurship in retail trade is suggested to be performed by building stakeholder profiles that consist of integrated indicators and complex criteria of the effectiveness by hierarchical levels – strategies, processes, capabilities, and Cause and Effect Diagrams.

Implementation of the methodological support of comprehensive assessment of the effectiveness of entrepreneurship in retail trade, according to the data in 2015-2016 on the example of Vostorg Ltd. has confirmed its effectiveness.

The novelty of the research is as follows.

There was improved:

- grapho-analytical method of estimating the intensity of the influence of

external factors on the entrepreneurial activity in retailing by constructing a polygon, the number of vertices of which corresponds to the number of the determined factors, and the radius corresponds to the intensity of their influence, which is determined by means of the factors elasticity indices of the regression model;

- scientific-methodical approach to express-assessment of the efficiency of entrepreneurial activity in retailing based on the formalized indices rating with account of the quantitative range of possible values and foresees conducting the procedure of zoning based on a vector matrix which quadrants characterize the level of efficiency by the criteria of profitability and compliance;

- the hierarchical model of the comprehensive assessment of the efficiency of entrepreneurial activity in retailing based on the principles of the concept of efficiency prism and the theory of stakeholders, takes into account the specificity of retailing and consists of three blocks - assessment of satisfying stakeholders' requirements, needs of business entities, comprehensive assessment.

There has been further development of:

- the conceptual framework of the theory of entrepreneurship by clarifying the meaning of the concepts of “entrepreneurial activity in retailing” and “efficiency of entrepreneurial activity in retailing”;

- the conceptual framework for assessing the efficiency of entrepreneurial activity in retailing presented as a single set of the determined elements of assessment (subject, object, purpose, methodological approaches, criteria, methods, indices, information support) is based on the substantiated set of the basic principles for taking into account the sectorial specificity of retailing and the main stakeholders' requirements;

- the system of indices of the comprehensive assessment of the effectiveness of entrepreneurial activity in retailing by means of the forming a substantiated set of strategic, process and operation-oriented, mutually agreed and balanced indices.

The practical importance of the results obtained is to bring the main

scientific provisions of the thesis research to the level of methodological generalizations and applied tools for assessing the effectiveness of entrepreneurial activity in retailing. The obtained practical results are implemented in the practice of business entities' activity in retailing in Kharkiv, in particular: "Vostorg" Ltd.; "Diviya Trade" Ltd.; Department of Administrative Services and Consumer Market of Kharkiv.

The results of the thesis research are applied in the educational process of the Kharkiv State University of Food Technology and Trade in teaching disciplines of "Trade and Restaurant Business Economics", "Trade Economics", "Economics and Consumer Market Forecasting".

Keywords: entrepreneurship, effectiveness, assessment, retail trade, stakeholders, express assessment, comprehensive assessment.

НАУКОВІ ПРАЦІ, В ЯКИХ ОПУБЛІКОВАНІ ОСНОВНІ НАУКОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДИСЕРТАЦІЇ:

1. Чорна М. В., Дядін А. С. Ефективність підприємницької діяльності суб'єктів господарювання в роздрібній торгівлі в умовах конкуренції. *Актуальні проблеми та напрями розвитку потенціалу соціально-економічних систем в умовах конкуренції* : колективна монографія. Х. 2017. С. 154–159. (Особистий внесок – досліджено ефективність підприємницької діяльності суб'єктів господарювання в роздрібній торгівлі в умовах конкуренції як системи з позиції досягнення цілей основних стейкхолдерів, визначено склад основних стейкхолдерів) (заг. обсяг 0,42 друк. арк., особисто автору належить 0,25 друк. арк.).

2. Ткаченко С. О., Дядін А. С. Вдосконалення системи диверсифікації торгівлі. *Бізнес-Інформ*. 2011. № 9. С. 94–96. (Особистий внесок – визначено напрями диверсифікації діяльності суб'єктів торгівлі) (включено до Ulrichsweb Global Serials Directory (США), Research Papers in Economics (США), Index Copernicus (Польща), Directory of Open Access Journals, CiteFactor (США), Academic Journals Database (Швейцарія), Scientific Indexing

Services) (заг. обсяг 0,31 друк. арк., особисто автору належить 0,21 друк. арк.).

3. Дядін А. С. Інноваційний розвиток роздрібної торговельної мережі та шляхи покращення обслуговування споживачів. *Бізнес-Інформ.* 2014. № 12. С. 319–323. (включено до Ulrichsweb Global Serials Directory (США), Research Papers in Economics (США), Index Copernicus (Польща), Directory of Open Access Journals, CiteFactor (США), Academic Journals Database (Швейцарія), Scientific Indexing Services) (заг. обсяг 0,60 друк. арк.).

4. Ткаченко С. О., Дядін А. С. Електронна торгівля: шляхи підвищення культури обслуговування споживачів. *Бізнес-Інформ.* 2015. № 11. С. 200–204. (Особистий внесок – систематизовано класифікацію форм електронної торгівлі, досліджено зміст поняття якості торговельного обслуговування) (включено до Ulrichsweb Global Serials Directory (США), Research Papers in Economics (США), Index Copernicus (Польща), Directory of Open Access Journals, CiteFactor (США), Academic Journals Database (Швейцарія), Scientific Indexing Services) (заг. обсяг 0,64 друк. арк., особисто автору належить 0,35 друк. арк.).

5. Шталь Т. В., Дядін А. С. Вдосконалення розвитку конкурентоспроможності економіки на інноваційно-інвестиційній основі. *Технологічний аудит та резерви виробництва.* 2015. № 1/5 (21). С. 85–89. (Серія «Економіка и управление предприятием»). (Особистий внесок – досліджено стан інвестиційної діяльності в Україні) (включено до Index Copernicus, РИНЦ, Ulrich's Periodicals Directory, Bielefeld Academic Search Engine (BASE), Directory of Open Access Journals (DOAJ), WorldCat) (заг. обсяг 0,62 друк. арк., особисто автору належить 0,41 друк. арк.).

6. Чорна М. В., Дядін А. С. Графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2017. Т. 1. Вип. 3. С. 232–239. (Особистий внесок – обґрунтовано графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі) (включено до

Index Copernicus, РИНЦ, Google Scholar) (заг. обсяг 0,65 друк. арк., особисто автору належить 0,45 друк. арк.).

7. Чорна М. В., Дядін А. С. Методичний підхід до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. *Вісник Одеського національного університету*. 2017. Т. 22. Вип. 3 (56). С. 112–118. (Особистий внесок – обґрунтовано методичний підхід до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що передбачає проведення процедури зонування на основі матриці) (включено до Index Copernicus, Google Scholar) (заг. обсяг 0,82 друк. арк., особисто автору належить 0,51 друк. арк.).

8. Чорна М. В., Дядін А. С. Вдосконалення системи оцінки ефективності підприємницької діяльності в ритейлі на засадах реалізації інтересів стейкхолдерів в умовах невизначеності та ризику. *Управління розвитком*. 2017. № 1–2 (187–188). С. 43–51. (Особистий внесок – запропоновано концептуальну модель оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах реалізації інтересів стейкхолдерів) (включено до Index Copernicus, Google Scholar) (заг. обсяг 0,91 друк. арк., особисто автору належить 0,61 друк. арк.).

9. Ткаченко С. О., Дядін А. С. Підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери обігу. [Електронний ресурс] / *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України : електронне наукове видання*. 2011. № 1. С. 577–582. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnudps_2011_1_56. (Особистий внесок – досліджено стан ефективності підприємств сфери обігу в Україні, обґрунтовано зв'язок конкурентоспроможності й ефективності діяльності) (заг. обсяг 0,40 друк. арк., особисто автору належить 0,25 друк. арк.).

10. Дядін А. С. Багатоаспектність підприємництва в економічній системі. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Економічні науки*. 2013. № 1 (64). С. 54–58. (заг. обсяг 0,39 друк. арк.).

11. Дядін А. С. Дефініція категорії «підприємницька діяльність». *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2017. Вип. 1 (25). С. 62–72. (заг. обсяг 0,58 друк. арк.).

НАУКОВІ ПРАЦІ, ЯКІ ЗАСВІДЧУЮТЬ АПРОБАЦІЮ

МАТЕРІАЛІВ ДИСЕРТАЦІЇ:

12. Дядін А. С. Привабливість і стимулювання надходження інвестицій в економіку України. *Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* : тези Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 75-річчю з дня народження ректора університету (1988–1991 рр.), доктора технічних наук, професора, члена-кореспондента ВАСГНІЛ Беляєва Михайла Івановича : у 2 ч., м. Харків, 19 листопада 2013 р. Х. : ХДУХТ, 2013. Ч. 2. С. 163–164. (заг. обсяг 0,1 друк. арк.)

13. Дядін А. С. Підвищення рівня конкурентоспроможності економіки країни за рахунок іноземних інвестицій. *Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність* : тези Міжнар. наук.-практ. конф. : у 2-х ч., м. Харків, 14 травня 2015 р. Х. : ХДУХТ, 2015. Ч. 2. С. 131–132. (заг. обсяг 0,11 друк. арк.)

14. Дядін А. С. Цінове стимулювання продажів на підприємствах торгівлі. *Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Суми, 21-22 травня 2016 р. Суми: Сумська філія Харківського національного університету внутрішніх справ, 2016. С. 266–268. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

15. Дядін А. С. Ефективність підприємництва в діяльності торгівельних організацій. *Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави*: тези доповідей V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 18 листопада 2016 р. Х. : ХНУВС, 2016. С. 441–443. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

16. Дядін А. С. Основні принципи оцінки ефективності підприємницької діяльності у сфері роздрібної торгівлі. *Сучасні тенденції та перспективи розвитку системи управління в Україні та світі*: матеріали Міжнар. наук.-

практ. конф., м. Київ, 16-17 березня 2017 р. Київ : Державний університет телекомунікацій, Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва, 2017. С. 202–203. (заг. обсяг 0,13 друк. арк.).

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	2
ВСТУП	17
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ	26
1.1. Особливості підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі	26
1.2. Систематизація підходів до визначення ефективності підприємницької діяльності	44
1.3. Концептуальні основи оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі	65
Висновки за розділом 1	89
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ	91
2.1. Аналіз сприятливості зовнішнього середовища розвитку підприємницької діяльності в торгівлі	91
2.2. Графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі	108
2.3. Експрес-оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі	123
Висновки за розділом 2	148
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ	152
3.1. Формування ієрархічної моделі комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі	152
3.2. Розробка системи комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі	165
3.3. Імплементация методичного забезпечення оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі	184

	16
Висновки за розділом 3	199
ВИСНОВКИ	203
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	207
ДОДАТКИ	234
Додаток А. Рейтинг та динаміка розвитку основних показників індексу глобальної конкурентоспроможності	235
Додаток Б. Показники розвитку роздрібної торгівлі України	240
Додаток В. Динаміка ВВП України та ВВП на душу населення за 2007-2016 рр.	244
Додаток Г. Основні показники платоспроможності населення України за 2007-2016 рр.	245
Додаток Д. Методика розрахунку показників оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на основі використання технології зонування	246
Додаток Е. Аналіз показників варіації суб'єктів підприємницької діяльності вибіркової сукупності	248
Додаток Ж. Основні показники ефективності функціонування суб'єктів роздрібної торгівлі вибіркової сукупності	249
Додаток З. Результати розрахунку системи показників за векторами прибутковості та відповідності	250
Додаток К. Система показників оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції призми ефективності та аналізу стейкхолдерів	251
Додаток Л. Комплексна оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції призми ефективності та аналізу стейкхолдерів	260
Додаток М. Список публікацій здобувача	262
АКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ	265

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Сучасний етап економічного розвитку України характеризується активізацією підприємницької діяльності в торгівлі, про що свідчить зростання обороту роздрібною торгівлі з 318,7 млрд. грн. у 2007 р. до 1559,3 млн. грн. у 2016 р., а за перший квартал 2017 р. порівняно з відповідним періодом минулого року його фізичний обсяг зріс на 3,1%. У той же час відбувається скорочення кількості суб'єктів господарювання в роздрібній торгівлі, проте їх частка порівняно з іншими галузями найбільша (79,9% у 2016 р.). Для забезпечення прибутковості та стійкого розвитку в умовах перманентних змін зовнішнього середовища та посилення конкуренції суб'єкти підприємництва в роздрібній торгівлі мають забезпечувати високу ефективність діяльності. Дієвість управлінських рішень щодо її підвищення значною мірою залежить від адекватності оцінки, за результатами якої вони формуються. Це зумовлює необхідність удосконалення системи оцінювання ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі та забезпечення її відповідності сучасним вимогам.

Дослідженням питань особливостей підприємництва займалися багато відомих закордонних і вітчизняних науковців – Ансоф І., Брю С., Друкер П., Каплан Р., Нортон Д., Фрімен Р., Асаул А., Афанасьєв Н., Багієв Д., Рогожин В., Ячменьова В. та ін. Вирішенням проблем ефективності підприємницької діяльності займалися Абікаєв Н., Бойчук Р., Бочаров В., Горшков Р., Катасонов В., Леонов С., Литюга Ю., Пилюшенко В. та ін. В їх роботах значна увага приділялась сутності підприємницької діяльності, розгляду підходів до визначення її ефективності, систематизації принципів оцінки та її інформаційного забезпечення. Проблеми урахування галузевої специфіки під час оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі знайшли відображення в роботах Бермана Б., Еванса Дж.Р., Апопія В., Балабана П., Гросул В., Лігоненко Л., Мазаракі А., Павлової В., Савицької Н., Ситник Н., Чорної М., Янчевої Л. та ін.

Поряд зі значним внеском науковців окремі аспекти потребують уточнення, а саме: питання оцінки інтенсивності впливу зовнішнього середовища на ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, оцінки її ефективності з позиції урахування вимог зацікавлених сторін та галузевої специфіки; потребує розвитку науково-методичний інструментарій процедур експрес– і комплексного оцінювання щодо забезпечення адекватності результатів та реалізації заходів з підвищення рівня ефективності підприємницької діяльності в умовах посилення конкуренції на вітчизняному споживчому ринку.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, грантами. Обраний напрям дослідження пов'язаний із загальною тематикою наукових досліджень кафедр міжнародної економіки; економіки підприємств харчування та торгівлі Харківського державного університету харчування та торгівлі МОН України, де виконано дисертацію. Зокрема: з науково-дослідними темами: № 011U009486 «Управління маркетинговими комунікаціями підприємств торгівлі в умовах міжнародної конкуренції» (особистий внесок полягає в узагальненні та систематизації інформації з оцінки ефективності підприємницької діяльності в торгівлі); № 0117U004336 «Формування, реалізація та розвиток конкурентних переваг підприємств вітчизняного ритейлу в умовах євроінтеграції» (особистий внесок полягає в обґрунтуванні науково-методичних засад оцінювання ефективності підприємницької діяльності суб'єктів господарювання в роздрібній торгівлі).

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є обґрунтування теоретичних положень та розробка науково-методичних і прикладних рекомендацій щодо оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

Відповідно до поставленої мети сформульовано та розв'язано такі завдання:

- здійснити контент-аналіз основних положень теорії підприємництва та визначити особливості підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі;
- систематизувати підходи до визначення ефективності підприємницької

діяльності в роздрібній торгівлі;

- обґрунтувати концептуальні засади оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі;

- здійснити аналітичне дослідження сприятливості зовнішнього середовища розвитку підприємницької діяльності в торгівлі;

- розробити графоаналітичний метод оцінки впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі та здійснити його апробацію;

- обґрунтувати науково-методичний підхід до експрес-оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі;

- сформулювати ієрархічну модель комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі;

- розробити систему комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі;

- провести імплементацію запропонованого методичного інструментарію оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

Предметом дослідження є теоретичні, науково-методичні та практичні аспекти оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

Методи дослідження. Теоретичним підґрунтям дисертаційної роботи стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, законодавчі та нормативні акти України. Досягнення мети дослідження базувалося на фундаментальних положеннях економічної теорії, системному підході до вивчення економічних явищ, загальнонаукових принципах проведення досліджень, методології економічного аналізу та прийняття рішень. Теоретичні та прикладні аспекти дисертаційної роботи вивчалися із застосуванням таких методів: *структурно-логічного аналізу* – під час дослідження суті та обґрунтування складових комплексної системи оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі; *компаративного аналізу* – під час систематизації методів оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі;

комплексного аналізу – для оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку підприємницької діяльності в торгівлі; *кореляційного аналізу* – для визначення міцності зв'язку між основними чинниками впливу на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі та результируючим показником; *кореляційно-регресійного аналізу* – для побудови багатофакторної регресійної моделі залежності між зовнішніми чинниками впливу на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі та результируючим показником; *графоаналітичного методу* – для оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі; *коефіцієнтного, індексного та інтегрального* – для комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі з позиції визначених стейкхолдерів; *матричного* – для експрес-оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на основі її зонування; *аналізу ієрархій та експертний* – для аналізу профілів стейкхолдерів та встановлення пріоритетів важливості; *графічного* – для схематичного відображення низки теоретичних і практичних положень дисертації; та ін.

Інформаційною базою дослідження стала офіційна інформація Державної служби статистики України, показники статистичної та фінансової звітності суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, дані Інтернету, матеріали спеціалізованих наукових видань, довідкова література, власні аналітичні розрахунки.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в розвитку теоретичних положень і розробці науково-методичних рекомендацій, прикладного інструментарію для вдосконалення оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

Удосконалено:

– графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі шляхом побудови багатокутника, кількість вершин якого відповідає кількості визначених чинників, а радіус – інтенсивності їх впливу, що визначається за допомогою показників еластичності факторів регресійної моделі, який, на відміну від

існуючих, дозволяє виявити як загальну інтенсивність впливу сукупності факторів, так і кожного окремо. Це сприятиме формуванню оптимальних управлінських рішень щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі в умовах мінливості зовнішнього середовища;

– науково-методичний підхід до експрес-оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що базується на формалізованому нормуванні показників з урахуванням кількісного діапазону можливих значень та, на відміну від існуючих, передбачає проведення процедури зонування на основі векторної матриці, квадранти якої характеризують рівень ефективності за критеріями прибутковості та відповідності. Це дозволяє в статистиці визначити рівень ефективності підприємницької діяльності суб'єкта господарювання в межах конкурентної групи, а в динаміці – траєкторію зміни його рівня;

– ієрархічну модель комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, яка базується на засадах концепції призми ефективності та теорії стейкхолдерів, ураховує специфіку роздрібною торгівлі та складається з трьох блоків – оцінка задоволеності вимог стейкхолдерів, потреб суб'єктів підприємницької діяльності, комплексна оцінка. На відміну від існуючих, трактує оцінювання ефективності як цілісний багаторівневий процес кількісної оцінки результативності та віддачі підприємницької діяльності в площині «можливості – процеси – стратегії» з урахуванням задоволеності основних зацікавлених сторін і відповідності їх внеску потребам суб'єкта господарювання.

Набуло подальшого розвитку:

– понятійний апарат теорії підприємництва шляхом уточнення змісту понять «підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі» та «ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі», яку визначено як ступінь досягнення поставлених цілей підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі шляхом оптимального використання обмежених ресурсів за встановлений період часу за умов задоволення специфічних вимог основних стейкхолдерів.

Таке бачення стало підґрунтям розробки комплексної системи оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі;

– концептуальні засади оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що, на відміну від існуючих, представлено як єдиний комплекс визначених елементів оцінки (суб'єкт, об'єкт, мета, методичні підходи, критерії, методи, показники, інформаційне забезпечення), побудований на основі обґрунтованої сукупності базових (загальносистемних і спеціальних) принципів з урахуванням галузевої специфіки роздрібною торгівлі та вимог основних стейкхолдерів, що забезпечує високу адекватність результатів оцінки за всіма напрямками та складовими;

– система показників комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі шляхом формування обґрунтованої сукупності стратегічно-, процесно- та операційно-орієнтованих взаємоузгоджених і збалансованих показників, що всебічно характеризують взаємовідносини суб'єкта підприємницької діяльності з основними стейкхолдерами. Визначення потреб суб'єкта господарювання щодо внеску стейкхолдерів і ступеня задоволеності їх вимог сприятиме підвищенню дієвості управлінських рішень щодо співпраці з основними зацікавленими сторонами.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає в доведенні основних наукових положень дисертації до рівня методичних узагальнень і прикладного інструментарію, що дає змогу суб'єктам підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі приймати обґрунтовані рішення щодо оцінки їх ефективності. Практичне значення мають такі розробки: графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі; методичний підхід до експрес-оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі; система показників комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі; методика побудови профілю стейкхолдерів і діаграми Cause-and-Effect-Diagram. Отримані практичні результати дослідження пройшли апробацію та впроваджені в практику діяльності

суб'єктів підприємництва в роздрібній торгівлі міста Харкова, зокрема: ТОВ «Восторг» (акт впровадження № 30 від 03.07.2017 р.) – застосовано методичний інструментарій оцінки ефективності підприємницької діяльності, використано методичний підхід до системної комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності; ТОВ «ДІВІЯ ТРЕЙД» (акт впровадження № 11 від 10.07.2017 р.) – застосовано графоаналітичний метод оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, систему оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі; Департаменту адміністративних послуг та споживчого ринку міста Харкова (довідка впровадження № 03-10-663 від 04.07.2017 р.).

Результати дисертаційної роботи використовуються в навчальному процесі Харківського державного університету харчування та торгівлі під час викладання дисциплін «Економіка торгівлі та ресторанного господарства», «Економіка торгівлі», «Економіка та прогнозування споживчого ринку» (акт впровадження від 19.06.2017 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійно виконаним науковим дослідженням. Теоретичні обґрунтування, практичні розробки, висновки та рекомендації, які містяться в роботі, одержані автором самостійно на основі аналізу та узагальнення теоретичного і практичного матеріалу. Із наукових публікацій у співавторстві в дисертації використано лише ті ідеї та положення, які є результатом власної роботи дисертанта. Безпосередньо автором у наукових публікаціях у співавторстві здійснено: інформаційний пошук та аналіз джерел за темою дисертації; досліджено ефективність підприємницької діяльності суб'єктів господарювання в роздрібній торгівлі в умовах конкуренції як системи з позиції досягнення цілей основних стейкхолдерів, визначено склад основних стейкхолдерів; визначено напрями диверсифікації діяльності суб'єктів торгівлі; систематизовано класифікацію форм електронної торгівлі, досліджено зміст поняття якості торговельного обслуговування; досліджено стан інвестиційної діяльності в Україні; обґрунтовано графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу

зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі; обґрунтовано методичний підхід до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що передбачає проведення процедури зонування на основі матриці; запропоновано концептуальну модель оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах реалізації інтересів стейкхолдерів; досліджено стан ефективності підприємств сфери обігу в Україні, обґрунтовано зв'язок конкурентоспроможності й ефективності діяльності.

Наукові роботи опубліковані в співавторстві з Чорною М.В., Шталь Т.В., Ткаченко С.О. Співавторами наукових праць є науковий керівник та науковці, спільно з якими проведено дослідження. У наукових працях, опублікованих у співавторстві, дисертанту належить фактичний матеріал і основний творчий доробок.

Постановка мети та завдань, обговорення результатів проведені разом із науковим керівником – Чорною М.В.

Апробація результатів дисертації. Основні положення та результати дослідження обговорювались на міжнародних науково-практичних конференціях та семінарах: Міжнародна науково-практична конференція, присвячена 75-річчю з дня народження ректора університету (1988–1991 рр.), доктора технічних наук, професора, члена-кореспондента ВАСГНІЛ Беляєва Михайла Івановича «Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг» (Харків, 19 листопада 2013 р.); Міжнародна науково-практична конференція «Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність» (Харків, 14 травня 2015 р.); Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції» (Суми, 21-22 травня 2016 р.); V Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави» (Харків, 18 листопада 2016 р.); Міжнародна

науково-практична конференція «Сучасні тенденції та перспективи розвитку системи управління в Україні та світі» (Київ, 18 листопада 2017 р.).

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 16 наукових праць загальним обсягом 6,92 друк. арк., у тому числі: 7 статей у наукових фахових виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз, загальним обсягом 4,55 друк. арк.; 3 статті у наукових фахових виданнях України, загальним обсягом 1,37 друк. арк.; 1 розділ у колективній монографії, загальним обсягом 0,42 друк. арк.; 5 праць апробаційного, характеру загальним обсягом 0,58 друк. арк.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається з анотації, списку публікацій за результатами дослідження, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний текст дисертації складає 160 сторінок комп'ютерного тексту. Робота містить 20 таблиць (обсягом 24 сторінки), 26 рисунків (обсягом 19 сторінок). Список використаних джерел містить 252 найменування на 27 сторінках, з них 230 кирилицею і 22 латиницею; 12 додатків на 38 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

1.1. Особливості підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі

Зміст підприємництва, межі його здійснення тісно пов'язані з формами і видами підприємницької діяльності [41]. Традиційно, у відповідності до прийнятої структури процесу відтворення (виробництво – обмін – розподіл – споживання), виділяють чотири основних види підприємницької діяльності: виробниче, комерційне (торговельне), фінансове та сфери споживання. Кожен із цих видів визначає об'єкти підприємництва та поділяється на деякі підвиди, виходячи з їх функціонального призначення і ділової спрямованості (виробництво продукції, реалізація товарів, надання послуг тощо).

Важливе місце у цивілізованій ринковій економіці посідає комерційне (торговельне) підприємництво. Його роль в прискоренні економічних процесів полягає у забезпеченні встановлення збалансованого ринку, сприянні складанню оптимальних пропорцій між виробництвом та суміжними сферами, виявленні попиту на товари, стимулюванні виробничого підприємництва, сприянні ефективному товарному обороту, задоволенні потреби населення в товарах та послугах, стимулюванні діяльності суб'єктів ринку, внеску у формування доходів бюджетів різних рівнів за рахунок сплати податків і зборів тощо.

Комерційним підприємництвом вважаються діяльність, що безпосередньо пов'язана з обміном і розподілом товарів, спрямована на задоволення попиту покупців (споживачів) та отримання на цій основі прибутку. Змістом підприємництва цього виду є товарообмінні і товарно-грошові операції [10]. Схематично комерційне підприємництво схоже з виробничо-підприємницькою діяльністю за винятком відсутності потреби в забезпеченні виробничими ресурсами, пов'язаними з випуском продукції, оскільки матеріальні ресурси

підприємець купує як готовий товар, а потім реалізує їх споживачеві. Тому цей вид підприємницької діяльності є найбільш привабливим для підприємця унаслідок швидшої окупності вкладеного капіталу і менших розмірів використовуваних ресурсів, які дозволяють отримати доходи від проведених бізнес-операцій. Крім того, комерційне підприємництво дозволяє усім учасникам комерційного обороту вигідно співпрацювати на основі планування, укладання, реалізації торгових операцій, закладає основу для формування виробничих програм та перспективних напрямків щодо випуску продукції за кількісними та якісними параметрами, асортиментною структурою. Тим самим комерція визначає економічний стан суб'єкта господарювання, його успіх на товарному ринку, конкурентоспроможність виробленої продукції.

Підприємницькій діяльності у сфері торгівлі притаманна ціла низка особливостей, пов'язаних з характером обігу капіталу і ресурсів у торгівлі. Визначенню цих особливостей сприятиме дослідження її специфічних аспектів.

Ринкові перетворення в Україні сприяли динамічному розвитку всіх бізнес-процесів, що стосується і сфери торгівлі, зокрема роздрібної. Торговельна діяльність здійснюється з метою максимального задоволення споживчого попиту в товарах та послугах у зручний для споживача час, у необхідному асортименті та якості. У свою чергу споживчий ринок значно впливає на загальноекономічні показники і визначає їх динаміку. Значимість торгівлі як галузі національної економіки підтверджується значним внеском у ВВП та загальну зайнятість населення [70]; забезпечення за рахунок ведення торговельної діяльності двадцятої частини всіх податкових надходжень до бюджету України [106].

Наведене вище, а також соціально-економічні та політичні перетворення, що відбуваються в теперішній час в Україні, викликають необхідність у дослідженні сучасного розвитку підприємницької діяльності в торгівлі та виокремлення її характерних особливостей.

У сучасній економічній літературі поняття торгівлі і комерції інколи не відрізняються одне від одного та розглядаються як синоніми [20; 21], що

вимагає чіткого визначення змісту даних понять та виокремлення притаманних їм характеристик.

Термін «комерція» походить від латинського *commercium* – торгівля. Тлумачно-термінологічний словник розглядає комерцію як торговельну, торгово-посередницьку діяльність, участь у продажу чи сприянні в продажі товарів та послуг [206]. Гонський М.Д. зауважує, що комерційна діяльність є ширшим поняттям і охоплює всі процеси закупівельно-збутової діяльності з метою отримання прибутку [58]. Зарецька Л.М. погоджується з цією позицією, визначаючи, що метою комерційного підприємництва є отримання прибутку шляхом здійснення виробничо-збутової, торговельної чи іншої діяльності; торговельне підприємництво же є різновидом комерційного (купівля-продаж і зберігання товарів, виконання інших функцій, пов'язаних із забезпеченням руху товару від виробника до споживача) [84, с. 56].

Колектив інших авторів вказує, що термін «комерція» «має двояке значення: щодо одного випадку він охоплює галузь торгівлі, в іншому – торгові процеси, створені з метою активізації і здійснення купівлі-продажу товарів. Традиційно комерційна діяльність пов'язана з другим значенням комерції» [69, с. 39]. Із цим погоджується Апопій В.В., визначаючи суть комерційної діяльності в організації комерційних процесів, операцій, спрямованих на забезпечення системи товарно-грошового обміну, і управління цими процесам [96].

За Кісельовим А.П. торгівля провадиться господарюючими суб'єктами, які здійснюють продаж або перепродаж товарів для отримання прибутку, що, власне, є комерційним видом діяльності; а підприємницькі структури, які «займаються торгівлею і торгово-посередницькою діяльністю», є комерційними структурами [94]. Проте, як слушно зазначає науковець, сьогодні комерційна діяльність різною мірою властива «всім підприємницьким структурам незалежно від форм власності, до яких вони належать» [94, с. 71]. Л.В. Осипова та І.М. Сіняєва фактично розділяють цю думку, вважаючи комерційну діяльність економічно більш широким поняттям, ніж торгівля: «...в основі

торгівлі завжди лежить комерція, але не кожна комерційна діяльність зводиться тільки до торгівлі. Багато юридичних осіб у сфері комерційної діяльності здійснюють складний комплекс заготівельної, виробничої, будівельної, інвестиційної та іншої підприємницької діяльності з метою її подальшої реалізації через процеси купівлі-продажу для виручки доходів і отримання прибутку» [143, с. 282].

Аналогічну точку зору має проф. Б.А. Райзберг, вказуючи, що основний зміст комерційного підприємництва відображають саме товарно-грошові і торгово-обмінні операції. Автор зазначає, що «стрижнем цього виду підприємницької діяльності є операції та угоди щодо купівлі-продажу, тобто перепродажу товарів і послуг» [164, с. 11]. Комерційне підприємство включає пошук, закупівлю конкретного товару, забезпечення його збереження, транспортування до місця продажу, продаж і післяпродажне обслуговування [113]. Таким чином, комерційна діяльність охоплює не тільки безпосередньо торговельну, але й інші види підприємницької діяльності, пов'язані зі збутом, перепродажем товарів і наданням послуг.

На думку З.С. Варналія, комерційне підприємство пов'язано з обміном, розподілом і споживанням товарів і послуг; а його зміст складають товарно-грошові та торговельно-обмінні операції. Дослідник пише: «Комерція у вузькому розумінні – це торгівля, а комерсант – це працівник торгівлі. ... Представниками комерційного підприємства є різні торговельні організації, що реалізують (продають) предмети споживання і засоби виробництва» [29, с. 58]. Таким чином, комерційна діяльність є частиною підприємницької діяльності й відрізняється від неї тільки тим, що не охоплює сам процес виготовлення товару.

Твердження, що в сучасних умовах комерційна діяльність вийшла за межі безпосередньої торгівлі, знаходить своє підтвердження в праці Мороз О.М. і Невмержицького В.І.: «Для комерційного підприємства також характерно об'єднання функцій виробництва і торгівлі. Про це свідчить досвід роботи великих підприємств, у яких є своя мережа фірмових магазинів. Останнє не

випадково, оскільки система маркетингу, притаманна ринковій економіці, передбачає реалізацію повного життєвого циклу товару, починаючи з ідеї його зародження і закінчуючи поставкою кінцевому споживачеві, наприклад, в спеціалізованому магазині» [138, с. 25–26]. Дійсно, комерційний процес починається від моменту, коли товар переходить зі сфери виробництва у сферу товарного обігу, де він потрапляє у сферу споживання.

У той же час існує інша точка зору. Враховуючи позицію В.В. Апопія щодо ототожнення термінів «комерція» і «торгівля» лише в разі вузького трактування комерції [96], Крисько Ж. робить досить заплутаний висновок: «Сучасне поняття «торгівля» з її чисельними функціями, розгалуженою матеріально-технічною базою, кадровим потенціалом, інфраструктурою набагато ширше за змістом, ніж звичайна комерція. Комерція за суттю є однією з функцій торгівлі, що реалізується в процесі комерційної діяльності» [111].

Відзначимо, що комерція і торгівля мають як спільні ознаки, так і певні відмінності. Спільним для них є: невиробнича сфера здійснення процесів; об'єкти діяльності – товар, що продається з метою отримання прибутку, та гроші, сплачені за нього, як джерело утворення прибутку [26; 58]. Розбіжності містяться в наступному: комерційна діяльність, крім суто торговельних, вирішує питання логістики і ланцюговості процесу реалізації, технологічні особливості методів продажу; комерційна діяльність є системою операційних та організаційних засобів управління суб'єктом підприємництва, а торговельна діяльність – системою людських і матеріальних ресурсів та засобів для товарно-грошового обміну.

Таким чином, попри деякі відмінності, багато дослідників сходяться на думці, що предметом комерції є здійснення купівлі-продажу товарів, а сама комерція є ширшим поняттям, ніж торгівля, включаючи в себе різного роду торговельно-посередницьку діяльність.

Щодо поняття торгівлі, потрібно мати на увазі, що цей термін також має різні значення, характеризуючи: 1) самостійну галузь національного господарства (власне торгівлю). Торгівля як вид діяльності відособлена в

самостійну галузь економіки, що зумовлено суспільним поділом праці та характером обігу товарів споживчого ринку [202]; 2) вид підприємницької діяльності [26; 50]; 3) форму обміну – є опосередкованою ланкою між виробництвом і обумовленим ним розподілом, з одного боку, та споживанням, з іншого, і являє собою фазу процесу відтворення [202]; 4) торговельні процеси, спрямовані на здійснення актів купівлі-продажу з метою одержання прибутку й задоволення попиту споживачів [143; 151].

За твердженням А. Кріє та Ж. Жалле, «... у результаті того, що виробництво товарів у великих розмірах на спеціалізованих підприємствах, віддалених від місць споживання, потягнуло збільшення кількості взаємозв'язків між виробництвом та споживанням, стала більш очевидна мета внутрішньої торгівлі, яку визначив вже Ж.-Б. Сей: «Раніше вважали, що сутність торгівлі полягає в обміні, насправді ж вона полягає в тому, щоб зробити продукт доступним споживачу»» [110].

А.А. Мазаракі характеризує торговельну діяльність як передаточну, що має за мету посередництво між виробниками та споживачами при взаємному обміні економічними благами [125]. Харківські науковці підкреслюють, що торгівля є складним й багатограним явищем. З одного боку, торгівля, будучи окремою галуззю економіки, виступає в економічних відносинах щодо доведення товару від виробництва до споживання в якості посередника [41; 192]. З другого боку, торгівля є процесом «переходу товару від одного власника до іншого шляхом обміну товару на гроші за погодженою ціною. Саме цей процес, що має метою продати товар для одержання прибутку, є підприємницькою діяльністю» [41, с. 13].

Торгівля, як сфера товарного обігу, виконує великий комплекс різних процесів і операцій. За характером виконуваних функцій процеси і операції, що здійснюються в комерційному підприємстві, поділяються на технологічні та комерційні (суто торговельні) [154].

Технологічні процеси є продовженням процесу виробництва у сфері обігу (приймання, зберігання, фасування, пакування, підсортування, викладка та ін.)

та відображають «механізм управління матеріальним потоком вантажів з включенням виробничо-технологічних операцій, що супроводжують організацію просування товарів від виробника до кінцевого споживача» [36, с. 11]. Комерційні же процеси пов'язані із зміною форм вартості на продукцію, що відбувається під час її купівлі та продажу. Також комерційними є торговельні процеси, які забезпечують стандартну роботу торгового механізму (організація ринкових досліджень, оцінка інфраструктури основних конкурентів, організація відносин з партнерами тощо).

Крім цих основних процесів, важливим є надання покупцям додаткових торговельних й експлуатаційних послуг (прийом замовлень, гарантоване зберігання придбаних товарів, їх доставка, збирання й установка вдома у покупця, гарантійне обслуговування та ін.). Як слушно зазначає з цього приводу Виноградська А.М., послуги передпродажного, продажного та післяпродажного сервісу є невід'ємною сукупністю елементів, властивих отриманню суб'єктом господарювання комерційного успіху [36].

У даному дослідженні основний акцент робиться на підприємницькій діяльності в роздрібній торгівлі. При цьому враховується, що підприємницька діяльність в торгівлі взагалі та в роздрібній торгівлі зокрема є складовою частиною більш широкого поняття «підприємництво» і здійснюється за аналогічними принципами: господарської самостійності в межах чинного законодавства, систематичності, самокупності, самофінансування, самозабезпечення, матеріальної зацікавленості, економічної відповідальності тощо.

Розкриваючи сутність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, пропонуємо розглядати її в двох аспектах: економічному та функціональному (галузевому).

Економічний підхід до підприємництва в роздрібній торгівлі характеризується найбільш детальною розробкою щодо його розуміння як сфери обігу, галузі економіки, виду господарської діяльності, «який характеризується певними господарськими процесами, пов'язаними зі

здійсненню актів купівлі-продажу» [126]. Так, відповідно до КВЕД, роздрібна торгівля є видом економічної діяльності, що включає «перепродаж (продаж без видозмінення) населенню нових або уживаних товарів, призначених для особистого споживання або використання...» [92]. За ДСТУ [ДСТУ 4303:2004] «Оптова та роздрібна торгівля» роздрібна торгівля – це «вид економічної діяльності в сфері товарообороту, що охоплює купівлю-продаж товарів кінцевому споживачеві та надавання йому торговельних послуг» [142].

Б. Берман і Д. Еванс вважають, що роздрібна торгівля включає в себе види економічної діяльності, пов'язані з продажем товарів і послуг споживачам для використання ними особисто або їх сім'ями. Відповідно, роздрібна торгівля є останнім етапом процесу розподілу [17, с. 23]. На думку Є.І. Свідерського, роздрібна торгівля є торговельною діяльністю «із продажу товарів поштучно та дрібним оптом безпосередньо громадянам та іншим споживачам переважно із розрахунками готівкою» [175]. Аналогічне трактування наводить Бурак І.О., розуміючи під нею сферу підприємницької діяльності щодо продажу об'єктів торговельної діяльності безпосередньо їх кінцевим споживачам [26]. С.Г. Федосенко надає більш уточнене визначення – це «...діяльність щодо продажу товарів безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання незалежно від форми розрахунків, у тому числі в ресторанах, кафе, барах, інших суб'єктах господарської діяльності» [204].

Специфіка підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі максимально розкривається через так звані основні і додаткові функції, виконувани нею як галуззю національної економіки [5; 41]. Погодимось з точкою зору представників Харківської наукової школи щодо неможливості в сучасних умовах розвитку економіки чіткого розділу функцій на основні та додаткові [41]. Як зазначають М.В. Чорна і М.В. Беляєва, «суб'єкти підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі лише за умов успішного виконання усіх функцій можуть бути конкурентоспроможними на споживчому ринку України. Таким чином, «додаткові» функції трансформуються в допоміжні, тобто такі,

які забезпечують виконання основних функцій торгівлі» [41, с. 16].

Основною функцією роздрібною торгівлі вважається реалізація виробленої споживчої вартості (продукції, послуг), тобто обмін результатів праці на гроші, що тим самим тісно пов'язує виробництво і споживання. Оскільки в ринкових умовах товарно-грошовий обмін охоплює не лише товари широкого вжитку, але і матеріально-технічні ресурси, то в межах базової функції виділяють: 1) напрям, що охоплює товарообмінні процеси, пов'язані з реалізацією проміжного продукту (непереробленої продукції), і процеси, пов'язані з реалізацією кінцевого продукту; 2) активізація процесів поглиблення функції обміну саме у сфері реалізації готової продукції виробничого призначення і товарів широкого вжитку [180, с. 25-26].

У той же час класична економічна теорія розглядає функцію реалізації товарів у двох аспектах: як реалізацію споживчої вартості, тобто доведення конкретного товару до споживача шляхом застосування відповідних технологічних операцій; як реалізацію вартості товару, наслідком чого є отримання товаром загального визнання [41]. Зауважимо, що в деяких дослідженнях [180; 181] функція доведення товарів із сфери виробництва до кінцевих споживачів розглядається окремо, виконуючи яку суб'єкти підприємництва в роздрібній торгівлі здійснюють транспортування, вантажну обробку, фасування, складське зберігання товарів тощо з максимальним збереженням їх споживчих властивостей.

Споживчу вартість товару не можна розглядати окремо від споживчої цінності товару. Сучасні умови економічного розвитку та посилення конкурентної боротьби в роздрібній торгівлі змушують суб'єктів підприємницької діяльності для завоювання лідируючих позицій та підвищення ефективності своєї діяльності вишукувати шляхи збільшення додаткової цінності для споживача, тим самим закріплюючи її роль як одної з найміцніших сил на ринку. Утворюючись за допомогою використання продукту або послуги ця цінність складається з багатьох чинників, «які створюють повноцінний процес обслуговування клієнта» [245, с. 12]. У роздрібній торгівлі споживча

цінність розглядається як цінність торговельної послуги, під якою розуміється «невідчутна властивість, яка створюється в результаті проведення сукупності певних заходів, що стимулює вибір споживачем саме цього підприємства роздрібною торгівлі серед існуючих альтернатив для придбання даного товару» [215, с. 76].

Тісно пов'язаними з функцією реалізації, що впливає з сутності торгівлі як форми товарного обігу, є функції: забезпечення роздрібною торгівлею потреб споживачів у товарах і послугах відповідно до обсягів і структури платоспроможного попиту; здійснення зв'язків між галузями національного господарства і регіонами країни; активний вплив на виробництво і споживання. До допоміжних функцій торгівлі також належать: дослідження купівельного попиту на товари, формування асортименту, реклама, надання допомоги покупцям у виборі товарів, розміщення та викладка їх у торговому залі, надання додаткових сервісних послуг покупцю, прийом замовлень на товари, які відсутні в продажу та інші [13; 41; 50].

Ушакова Н.Г та Савицька Н.Л. наведені вище функції торгівлі виокремлюють у три похідні від основної функції (контактну, обліково-інформаційну, кредитно-фінансову), пов'язуючи їх трансформацію з етапами концентрації торгового капіталу [202]. Проте, вважаємо, що така їх класифікація не є наочною саме з позиції галузевої специфіки.

Проведене дослідження дозволило виявити, що специфіка функціонування суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, яка визначена сутністю як формою товарного обігу, значною мірою зумовлює особливості їх економічного механізму. До цих особливостей слід віднести такі:

– зв'язок пропозиції товарів із пропозицією торговельних послуг, що є відображенням впливу різних форм ринкової диференціації продукту. Якість же пропозиції товарів доповнюється якістю обслуговування, що разом є елементами закупівельної політики і організації продажу товарів та основними факторами, що сприяють ідентифікації суб'єкта підприємницької діяльності

споживачами, та є основними засобами конкурентної боротьби [202, с. 38-39];

– відносно низька частка необоротних та висока частка оборотних активів у загальній сумі активів суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що обумовлене специфікою торговельної діяльності, технологічні процеси якої потребують меншого рівня механізації та автоматизації праці і є менш науковими [50, с. 23]. Це, у свою чергу, втілюється в особливостях формування капіталу в роздрібній торгівлі [18; 124];

– висока швидкість обороту капіталу, що обумовлене короткою тривалістю комерційного циклу унаслідок виконання торгівлею своєї основної функції [41]. Оскільки в русі оборотних активів суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі відсутня стадія перетворення сировини в запаси готової продукції, їхнє управління передбачає управління грошовими активами, товарними запасами і дебіторською заборгованістю;

– життєвий цикл суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі є значно коротший, ніж у суб'єктів підприємства інших галузей національної економіки (виробництво, транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо), що пояснюється мінливістю попиту, відсутністю виробничої стадії, виконанням функції реалізації товарів і надання послуг населенню тощо [41];

– забезпечення широкого товарного асортименту викликає необхідність у активному використанні короткострокових кредитних коштів, спрямованих на виключення касових розривів і забезпечення конкурентоспроможного асортименту товарів. Такими кредитними коштами є короткострокові банківські кредити, фінансові запозичення у інших комерційних організацій, кредиторська заборгованість перед постачальниками товарів;

– подвійність виконуваних суб'єктами підприємницької діяльності функцій, що втілюється у впливі торгівлі як на формування асортиментної політики виробництва, так і на формування споживчого попиту і разом з тим залежать і змушені реагувати на зміни товарної пропозиції і коливання попиту;

– функціонування суб'єктів підприємницької діяльності у різноманітних

формах (відрізняються за розмірами, функціонуванням на різних товарних ринках, асортиментом продукції, яка реалізується тощо) та одночасно наявність значної кількості невеликих за розмірами, обсягами діяльності та чисельністю зайнятих суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі;

– економічні особливості кожної форми обслуговування, які застосовується суб'єктами підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі (традиційна форма обслуговування; самообслуговування; торгівля за попередніми замовленнями; використання відкритої викладки; торгівля за зразками тощо), що стосуються структури витрат і доходів, товарообороту конкретного суб'єкта господарювання, складу основних фондів, оборотних коштів тощо;

– специфіка формування доходів, витрат і прибутку суб'єктів господарювання в роздрібній торгівлі. У будь-якій сфері підприємництва вихідною основою комерційного розрахунку є доходи від господарсько-фінансової діяльності, основним джерелом яких у торгівлі є реалізовані торговельні надбавки, які використовується для відшкодування витрат і утворення прибутку. Тим самим суб'єкти підприємництва забезпечують самоокупність поточної господарської діяльності та створюють умови для самофінансування (розвитку матеріально-технічної бази, поповнення власних оборотних коштів, соціального розвитку);

– відсутність у роздрібній торгівлі, на відміну від виробничої діяльності, показника собівартості продукції. Натомість у торгівлі використовується показник «витрати обігу», що являє собою суму витрат, пов'язаних лише із здійсненням торговельної діяльності та не містить закупівельну вартість товарів. У звітності про фінансові результати як еквівалент показника «собівартість продукції» показується собівартість реалізованих товарів;

– особливості при отриманні прибутку – за рахунок швидкості обороту капіталу (що є наслідком відсутності виробничої стадії в процесі кругообігу оборотних коштів суб'єктів господарювання в торгівлі), а не високої рентабельності діяльності [41];

– специфіка оцінки ефективності господарсько-фінансової діяльності в роздрібній торгівлі (за показниками рентабельності: товарообороту, витрат обігу, активів, власного капіталу) і особливості оцінки фінансової стійкості та ділової активності торговельних суб'єктів (шляхом порівняння товарних запасів із джерелами їх фінансування) [45; 51];

– необхідність широкого застосування ручної праці, порівняно низький рівень її механізації та технічної озброєності [41];

– притаманність у більшій мірі комерційного ризику, що виникає в сфері товарного обігу і пов'язаний з діяльністю по доведенню товару від постачальника до споживача [22]. Наявність ризику під час прийняття рішень суб'єктами підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі пов'язане з непередбачуваністю попиту, насиченістю і диференційованістю потреби, зміною переваг покупців, індивідуалізацією споживання, посиленням конкуренції. Ризик при цьому виражається у: значній ймовірності втрати прибутку, наявності нереалізованих запасів товарів, зниженні ефективності капітальних вкладень в порівнянні із запланованим рівнем, більшій ймовірності виникнення збитків при укладанні будь-якої угоди, скороченні ресурсної бази тощо.

Дослідження сучасних функцій роздрібною торгівлі та визначення її обґрунтування особливостей підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі стало підґрунтям для уточнення сутності та змісту підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

Сучасні теоретики та практики дотримуються різних позицій при трактуванні підприємницької діяльності в торгівлі в цілому та в роздрібній торгівлі зокрема. Деякі з наведених визначень не є змістовними в контексті визначення сутності або мети підприємницької діяльності [13; 26; 67; 143; 178; 196, с. 29], інші – конкретизують і доповнюють одне одне [41; 68; 69; 196, с. 15]. Проведене теоретичне дослідження та систематизація визначень (табл. 1.1) дозволяє розглядати підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі як сукупність торгово-організаційних операцій, спрямованих на одержання

Таблиця 1.1

Дефініція поняття «підприємницька діяльність у торгівлі» та «підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі»
(систематизовано автором за джерелами [13; 26; 41; 67–69; 143; 178; 196])

Автор	Трактування
1	2
Підприємницька діяльність у торгівлі	
Балабанова Л.В. [13]	Підприємницька діяльність – це сукупність елементів торговельної діяльності, спрямованої на отримання прибутку.
Дарбінян М.М. [68]	Підприємницька діяльність в торгівлі – це сукупність операцій з організації торгово-оперативних процесів, з управління ними, спрямованих на прийняття оптимальних рішень, які забезпечують виконання планових завдань при мінімальних матеріальних, фінансових та трудових витратах та високому рівні культури обслуговування населення.
Памбухчянц О.В. [69]	Підприємницька діяльність в торгівлі – це сукупність торгово-оперативних процесів, які послідовно виконуються, здійснюються у процесі купівлі-продажу товарів та надання послуг з метою отримання прибутку.
Осіпова Л.В., Синяєва І.М. [143]	Підприємницька діяльність – це сукупність процесів та операцій, спрямованих на здійснення купівлі-продажу товарів з метою задоволення купівельного попиту та отримання прибутку.
Синецький Б.І. [178]	Підприємницька діяльність – це комплекс операцій торгових організацій – виробників товарів та послуг або незалежних торгових організацій з дослідження ринку, реклами, здійсненню договірних стосунків з посередниками, банками, захисту своїх інтересів у судах.
Лігоненко Л.О., Піратовський Г.Л. [196]	Торговельне підприємництво – ініціативна, систематична, виконувана на власний ризик, з метою одержання прибутку діяльність суб'єктів підприємництва з купівлі та продажу товарів безпосередньо кінцевим споживачам, або з купівлі та продажу товарів оптовим покупцям, зайнятим у сфері виробництва і роздрібною торгівлі, та з наданням послуг у процесі доведення товарів від виробників до споживачів.

Продовж. табл. 1.1

1	2
Підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі	
Бурак І.О. [26]	Торговельна діяльність – це різновид підприємницької діяльності, що здійснюється суб'єктами господарювання щодо купівлі-продажу товарів та супутніх послуг з метою отримання прибутку.
Власова Н.О., Чорна М.В., Беляєва М.В. [41]	Підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі – це самостійна, ініціативна, господарська діяльність із забезпечення виконання сукупності торгово-організаційних операцій, спрямована на більш повне задоволення потреб споживачів (населення) у товарах і послугах шляхом їх безпосереднього продажу за умов високого рівня культури обслуговування та отримання на цій основі прибутку, а також включає маркетингові заходи, закупівельну та збутову діяльність.
Гуз Р.Г. [67]	Підприємницька діяльність – це сукупність елементів торгово-оперативної діяльності роздрібних торгових організацій та підприємств, спрямована на доведення товарів народного споживання з сфери виробництва до споживача з мінімальною затратою коштів та праці.
Лігоненко Л.О., Богославець Г.М., Трубей О.М., Бульба С.А., Спащенко Г.М., Губар С.І. [196]	Підприємництво у сфері роздрібної торгівлі – це вид економічної діяльності у сфері товарообігу, що передбачає купівлю-продаж товарів кінцевому споживачеві та надання йому торговельних послуг.

прибутку за умов високого рівня культури обслуговування населення [41; 26; 67–69; 178; 196]. Слушним є зауваження вітчизняних дослідників, що в умовах сучасного розвитку вітчизняної економіки задоволення споживчого попиту за певним асортиментом та забезпечення високого рівня обслуговування дозволяє суб'єкту підприємницької діяльності «... досягти й інших цілей – одержання прибутку (доходу), зниження витрат ...» [41, с. 18].

Крім того, ринкова економіка значно розширює характеристики підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі шляхом охоплення різних аспектів, що дозволяє виділити низку загальних і специфічних її різновидів.

Загальні види підприємницької діяльності проявляються через наступні ознаки [196]:

- 1) за юридичним оформленням виокремлюють підприємництво з утворенням юридичної особи та без утворення юридичної особи;
- 2) за формою власності існують приватне, колективне і державне (загальнодержавне, комунальне) підприємництво;
- 3) за способом утворення та формування статутного фонду – унітарне і корпоративне;
- 4) за розміром суб'єкта підприємницької діяльності – мале, середнє і велике;
- 5) за національною належністю – національне, іноземне, спільне;
- 6) за структурою організації бізнесу – спеціалізоване і диверсифіковане підприємництво.

Крім окреслених типових характеристик, підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі можна класифікувати за наступними специфічними видами (рис. 1.1) [41; 47; 75; 180; 196; 202]:

– елементами підприємницької діяльності суб'єкта господарювання в роздрібній торгівлі (торгово-організаційні операції; маркетингові дослідження; товарна політика; закупівельна та збутова діяльність; просування товарів на ринку);

Ознака	Різновиди
Елементи підприємницької діяльності	<ul style="list-style-type: none"> – торгово-організаційні операції; – маркетингові дослідження; – товарна політика; – закупівельна діяльність; – збутова діяльність; – просування товарів на ринку.
Товарна спеціалізація	<ul style="list-style-type: none"> – роздрібна торгівля продовольчими товарами; – роздрібна торгівля непродовольчими товарами; – змішана роздрібна торгівля.
Товарний асортимент суб'єкта	<ul style="list-style-type: none"> – спеціалізований; – універсальний – змішаний.
Статус суб'єкта підприємницької діяльності	<ul style="list-style-type: none"> – мережний; – автономний.
Формат торгівлі	<ul style="list-style-type: none"> – гіпермаркет; – супермаркет; – дискаунтер; – мінімаркет; – магазин біля дома; – дрібнороздрібні торговельні точки тощо.
Форма здійснення торговельної діяльності	<ul style="list-style-type: none"> – магазинна; – позамагазинна; – електронна.
Форма організації торговельного процесу	<ul style="list-style-type: none"> – місцеві ринки; – торговельні центри.

Рис. 1.1. Типологія підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі (узагальнено та систематизовано автором за джерелами [41; 47; 75; 180; 196; 202])

- формами торгівлі (традиційна форма; самообслуговування; за попередніми замовленнями; відкрита викладка; за зразками, дрібнооптова);
- товарною спеціалізацією (роздрібна торгівля продовольчими товарами, роздрібна торгівля непродовольчими товарами, змішана роздрібна торгівля);
- товарним асортиментом суб'єкта підприємницької діяльності

(спеціалізований, універсальний, змішаний);

- статусом суб'єкта підприємницької діяльності (мережний, автономний);
- форматом торгівлі (гіпермаркет, супермаркет, дискаунтер, мінімаркет, магазин біля дома, дрібнороздрібні торговельні точки тощо);
- формою здійснення торговельної діяльності суб'єктом підприємництва (магазинна, позамагазинна, електронна);
- формою організації торговельного процесу (місцеві ринки, торговельні центри).

Звернемо окрему увагу на уточнення змісту та специфіку суб'єктів та об'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. Суб'єктами підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі можуть бути як юридичні особи (підприємства), так і фізичні особи (інші суб'єкти підприємницької діяльності), які володіють визначеними правами та обов'язками у сфері підприємництва та володіють деяким відокремленим майном [41]. Відповідно до ч. 2 ст. 3 Господарського Кодексу України суб'єктами підприємництва є особи, які займаються підприємницькою діяльністю «для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку» [59]. У даній роботі акцент зроблено саме на юридичні особи, статус яких відкриває більше можливостей для досягнення необхідних підприємницьких цілей, ніж у фізичних осіб підприємців. Вони переважно характеризуються більшою різноманітністю форм функціонування, обсягами господарської діяльності, чисельністю персоналу, є більш перспективними з позиції організації та управління тощо.

Під об'єктом підприємницької діяльності в цілому розуміється реалізований товар, вироблений продукт, виконана робота або надана послуга; тобто те, що пропонується на ринку для придбання, використання та споживання і може задовольнити певну потребу споживача (клієнта). Об'єкти підприємництва в роздрібній торгівлі визначаються її галузевою специфікою. Звідси, урахувавши виконувані функції та особливості, об'єктом підприємницької діяльності в роздрібноій торгівлі є товар та торговельна

послуга.

Проведений змістовний аналіз сутності і видів підприємницької діяльності дозволяє скоректувати позицію дослідників [41] та надати наступне визначення: підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик економічна діяльність із забезпечення та управління торговельними процесами, спрямована на задоволення потреб кінцевих споживачів у товарах і послугах шляхом надання торговельної послуги високої цінності та отримання на цій основі прибутку [74].

Розмаїття видів підприємницької діяльності вимагає нових підходів до управління суб'єктами господарювання в роздрібній торгівлі в сучасних умовах функціонування економіки, а специфіка роздрібною торгівлі вимагає її урахування під час подальшої розробки наукових рекомендацій з ефективного управління підприємницькою діяльністю.

1.2. Систематизація підходів до визначення ефективності підприємницької діяльності

Успішний розвиток як економіки в цілому, так і окремих галузей і суб'єктів господарювання вимагає забезпечення ефективності процесу виготовлення продукції, тобто його здійснення «в умовах оптимального (раціонального) витрачання виробничих ресурсів, мінімальних витрат та максимальній прибутковості виробництва» [15, с. 182]. Поняття ефективності господарської діяльності є центральним в економічній теорії та практиці. У широкому трактуванні воно виступає як якісна категорія, яка пов'язана з інтенсивністю розвитку господарюючого суб'єкта та відображає глибинні процеси вдосконалення, що відбуваються в усіх його елементах, і виключає механістичні підходи.

Етимологія категорії «ефективність» виходить з лат. effectus (ефект) –

результат дії, наслідок, і – *effectivus* (ефективний) – продуктивний, дієвий, той, що дає результат [183, с. 770]. Ураховуючи це визначення, деякі науковці замінюють поняття «ефективність» на поняття «результативність» [8; 15; 127; 225; 226], розглядаючи ефективність як співвідношення результатів та витрат. Відповідно, критеріями такого підходу виступає співвідношення «витрати – результат». Однак, ураховуючи етимологію досліджуваного поняття, ефективність і результативність не можна вважати аналогічними. Діяльність суб'єкта господарювання повинна бути результативною і ефективною. На думку П. Друкера, результативність і ефективність однаково важливі [72]. При цьому, результативність є наслідком того, що робляться потрібні слушні речі; а ефективність є наслідком правильного створення цих самих речей.

Дійсно, ефективність враховує не тільки результат діяльності, але й умови, за яких він досягається. Основними умовами ефективності є три групи факторів: використання ресурсів, цілеспрямованість управління і час. Серед інших виділяють прийняті або вироблені операційні витрати, ресурсний потенціал, здатність до саморозвитку тощо.

Ресурсний підхід до ефективності базується на положенні, що для того, щоб бути ефективним, суб'єкт підприємницької діяльності повинен вміти здобувати ресурси (трудові, матеріально-технічні, фінансові, інформаційні, просторові тощо) та керувати ними; і, відповідно, передбачає оцінювання "входу" системи управління. За ресурсним підходом ефективність визначається як абсолютна або відносна здатність суб'єкта підприємницької діяльності добувати рідкісні та цінні ресурси, успішно інтегрувати їх та здійснювати управляти ними [15; 234]. Використання ресурсів з позиції ефективності характеризує їхню структуру, якість, економію в процесі здійснення підприємницької діяльності, можливість поповнення і накопичення.

Цільовий підхід до ефективності відображає реальність і значущість мети, відповідно до якої розглядається результат діяльності суб'єкта господарювання, його стратегія, ураховання ринкових процесів економічного розвитку. Положення цього підходу були закладені наприкінці XIX ст. у сфері

соціологічних досліджень праксеології, відповідно до якої стверджується, що ефективна діяльність повинна бути [162, с. 257]: а) результативною і продуктивною, тобто досягати поставленої мети; б) правильною, точною, адекватною, тобто максимально відповідати зразку або нормі; в) «чистою», тобто максимально уникати непередбачених наслідків і непотрібних додаткових включень; г) «надійною», тобто прийоми діяльності є тим більш надійними, чим більше об'єктивна можливість досягнення цими прийомами наміченого результату; д) послідовною. Суб'єкти підприємницької діяльності ставлять перед собою різноманітні цілі (прибутковість, частка ринку, розвиток, фінансова стабільність, соціальна відповідальність, добробут працівників, якість товарів і послуг тощо), які важко досягнути одночасно, тому вони утворюють сукупність бажаних результатів. Показники оцінювання ефективності при цьому визначаються переважно на основі оперативних цілей, які є більш реальними, ніж показники на основі довгострокових цілей, які є досить абстрактними і важко вимірюваними.

Динамічний (часовий) підхід у визначенні ефективності відображає своєчасність рішень, економію часу, використання нових технологій і потенціал персоналу, здатного вирішувати проблеми досить оперативно і професійно. Прикладом урахування часу є розуміння ефективності як комплексного поняття, що носить управлінський характер та характеризує динаміку співвідношення результату підприємницької діяльності з цілями або витратами на його отримання за певний період часу [229, с. 30]. Інший вітчизняний дослідник більш ретельно окреслює вплив часу на ефективність діяльності, відзначаючи, що: 1) «відправною точкою ефективного функціонування підприємства в ринковому середовищі та підвищення його вартості є спроможність менеджменту підприємства до прийняття своєчасних управлінських рішень»; 2) «висновок про ефективність бізнес-процесів робиться не на основі вироблення продукту як кінцевого результату, а на основі реалізації створеної споживчої цінності, що представлена товаром або послугою кінцевому споживачу. У цьому взаємозв'язку фактор часу обумовлює

те, що будь-який продукт (робота, послуга) має бути запропонований ринку в той час, як попит і ціна на нього найбільші, що вимагає ефективного управління ресурсами підприємства з позицій не тільки ціни й якості, а й з позицій раціонального часу» [210].

Прикладом порівняльного підходу є трактування ефективності як категорії, яка «дозволяє: порівнювати ефективність однієї системи в різних умовах; порівнювати ефективність різних систем; визначати абсолютну ефективність» [100, с. 24]. Таке трактування враховує системний принцип розвитку, коли будь-яке явище (у тому числі ефективність) необхідно розглядати як у статистиці, так і в динаміці. Однак, у ньому абсолютно не враховуються вплив ресурсного і цільового факторів, що обмежує сферу його застосування по відношенню до підприємницької діяльності.

Категорія ефективність також застосовується для визначення принципів і методів оцінки діяльності господарюючого суб'єкта та відображає здатність економічного об'єкта до прогресивних кількісних змін, виражених в об'ємних показниках [133]. Вона тісно пов'язана з поняттям розвитку і властивими йому якісними змінами, завдяки яким найчастіше досягається бажаний результат. На підтвердження даного підходу О.А. Сметанюк і О.П. Сочівець [184, с. 138] визначають ефективність як «складну, соціо-економічну категорію, яка відображає ступінь реалізації поставлених цілей організації за умови оптимального використання наявних засобів і можливостей як керуючою підсистемою, так і керованою». І. Ансофф [1] і І.П. Отенко [145] розглядають ефективність через рівень використання стратегічного потенціалу господарюючого суб'єкта, оцінюючи дане поняття як ступінь відповідності фактичного результату тому, що можна було б досягти при всій повноті виконання системою своїх функцій у зовнішньому середовищі. Проте, як слушно зазначає Є.Д. Леонт'єв [118], ці визначення недостатньо враховують операційні витрати і час на досягнення результату, потрібну якість потенціалу та механізму його реалізації; відповідно, повне використання потенціалу в багатьох випадках може призвести до втрати стійкості функціонування суб'єкта

підприємництва.

Аналіз наведених визначень дозволяє погодитися з точкою зору Є.Д. Леонтьєва, згідно з якою складовими комплексного поняття «ефективність» відносно підприємницької діяльності є такі характеристики: результативність, що показує ступінь відповідності отриманих результатів запланованим значенням; ресурсомісткість, що характеризує відношення цільового ефекту до витрачених на його досягнення ресурсів; оперативність, яка втілюється у витратах часу, необхідного для досягнення визначеної мети функціонування [118].

Розмаїття видів підприємництва вимагає нових підходів до управління суб'єктами господарювання в роздрібній торгівлі в сучасних умовах функціонування економіки. Ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі підлягає впливу з боку низки чинників внутрішнього і зовнішнього середовища, що вимагає від підприємця виокремлення окремих суб'єктів або їх груп, які одночасно як впливають на діяльність підприємця, так і безпосередньо зацікавлені в результатах його діяльності. Таким чином, сучасна особливість функціонування і розвитку господарюючих суб'єктів обумовлює доцільність дуальності розгляду змісту ефективності підприємницької діяльності з позиції: 1) задоволення зацікавлених у цій діяльності сторін, що, власне, підтверджується змістом функції, виконуваної роздрібною торгівлею (спрямованість на задоволення певних потреб споживачів); 2) задоволення вимог і потреб самого підприємця.

Грунтуючись на результатах проведеного дослідження існуючих підходів до визначення понять «ефективність», «підприємницька діяльність» та її специфіки в сфері роздрібної торгівлі, урахувавши особливості сучасного економічного розвитку, найбільш повне розкриття сутності ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі можливо через призму теорії стейкхолдерів (stakeholder theory) [220]. Таке бачення ефективності забезпечить поєднання комплексного, системного і цільового підходів у розумінні ефективності підприємницької діяльності.

Теорія стейкхолдерів є теорією особливої моделі компанії, яка формує і пояснює стратегію її розвитку з точки зору врахування інтересів певних зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Іншими словами, компанія, її зовнішнє і внутрішнє оточення уявляється як набір зацікавлених в її діяльності сторін, інтереси і вимоги яких менеджери повинні брати до уваги і задовольняти [236].

З точки зору початківця стейкхолдерівського підходу Е. Фрімена, стейкхолдерами компанії є будь-які індивідуум, групи або організації, які значущо впливають на прийняті компанією рішення і / або виявляються під впливом цих рішень [236]. Стейкхолдери відносно компанії можуть бути внутрішніми (власники, наймані менеджери, персонал) і зовнішніми (споживачі, постачальники, держава, місцеве співтовариство, громадські групи). Цільовою функцією управління компанією за стейкхолдерським підходом є максимізація (оптимізація) збільшення її багатства.

У контексті сучасного розвитку теорії стейкхолдерів отримала розвиток так звана концепція загальних цінностей М. Портера і М. Крамера, яка визначається як політика і операційні практики, що «підсилюють конкурентоспроможність конкретної компанії і одночасно покращують економічні та соціальні умови існування тих конкретних спільнот, в яких вона працює. Створення спільних цінностей фокусується на конкретно ситуаційній ідентифікації, а також розширенні і посиленні зв'язків між соціальним і економічним прогресом» [243]. Господарська діяльність компаній відповідно до цієї концепції спрямована на забезпечення її єдності з соціумом у створенні соціальної користі та економічної вигоди від здійснених витрат.

Сучасне бачення ефективності міститься на такому факті – господарюючий суб'єкт повинен здійснювати управління інфраструктурою відносин між зацікавленими сторонами, складність і сила взаємозв'язків якої має визначатися галузевою специфікою. Як наведено вище, склад зацікавлених сторін суб'єкта підприємницької діяльності може бути досить різноманітний. Найбільш повний спектр учасників – зацікавлених сторін було надано колективом авторів Нілі Е., Адамсом К. та Кеннерлі М., які виділили їх

укрупнені групи: інвестори, клієнти, посередники, партнерства і альянси, постачальники, спільноти, наймані працівники, профспілки, впливові групи, регулятивні органи і спільноти [139]. Серед даних груп ці автори детально досліджують вплив найбільш значущих стейкхолдерів – інвесторів, клієнтів і посередників, найманих працівників, постачальників, регулятивних органів і спільнот. Потрібно зазначити, що з позиції стейкхолдерського підходу інвестор має комплексний характер та може виступати водночас як: 1) акціонер; 2) фінансова установа; 3) інший постачальник капіталу. Акціонер, будучи інвестором, виступає як власник капіталу організації та має право безпосередньо приймати управлінські рішення щодо її поточного і майбутнього функціонування. Інші два стейкхолдери, виступаючи в ролі інвестора, не беруть участь в управлінні організацією, звичайно обмежуються інвестуванням капіталу в підприємницьку структуру, очікуючи від даної операції отримання прибутку в певній сумі або нормі.

З урахуванням основних положень теорії стейкхолдерів (зокрема, підході Нілі Е., Адамса К. та Кеннерлі М. [139]) та виконуваних роздрібною торгівлею функцій за основних зацікавлених сторін щодо суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі визначено самого суб'єкта підприємницької діяльності (власники/акціонери, персонал), державу (фіскальні та регулятивні органи), споживачів та інших стейкхолдерів (конкуренти, постачальники, інвестори/ фінансові установи та ін.). Вимоги та інтереси груп стейкхолдерів до суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, а також дії самого суб'єкта підприємницької діяльності щодо стейкхолдера згруповані в табл. 1.2.

Зацікавленість суб'єкта підприємницької діяльності в розвитку підприємницької діяльності впливає із самого визначення підприємництва та його багатоаспектності [73] і пов'язане з безпосереднім отриманням прибутку, який виступає основним мотивом підприємництва і є засобом для майбутнього розвитку.

Таблиця 1.2

Вимоги та інтереси стейкхолдерів до суб'єкта підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі

(систематизовано автором за джерелами [47; 77; 180; 181; 198])

Група	Інтереси і вимоги	Дії суб'єкта підприємницької діяльності щодо стейкхолдера	Підхід до визначення ефективності
1	2	3	4
Суб'єкт підприємницької діяльності (власник/акціонер, персонал)	Максимізація ринкової вартості бізнесу; оптимальне співвідношення між рівнем прибутку і ризиком; оптимізація витрат; швидка оборотність капіталу; підвищення ефективності діяльності; задоволеність умовами та оплатою праці тощо	Управління господарською діяльністю в роздрібній торгівлі: – управління товарооборотом і витратами; – управління формуванням і використанням прибутку; – управління формуванням і використанням активів і капіталу; – управління ризиками та ін.	Цільовий Результативний Ресурсний Динамічний
Держава (фіскальні, керівні, регулятивні органи)	Економічне зростання і стабільний розвиток економіки (виплата податків, діяльність у відповідності з законом, внесок у бюджет та ін.); соціальний захист і зайнятість населення; інноваційний розвиток економіки; формування ринкової інфраструктури; екологічна безпека	– сплата податків у бюджеті різних рівнів; – офіційне оформлення та виплата заробітної плати працівникам на рівні, що відповідає законодавчо встановленим нормам і вимогам; – відповідність торговельного обслуговування та торговельної діяльності встановленим стандартам, нормативам, вимогам тощо; – висування вимог до інститутів ринкової інфраструктури та активне використання їх послуг у процесі господарської діяльності та ін.	Цільовий Результативний Динамічний
Споживачі	різноманітність і відновлення асортименту; якість і безпечність продукції; прийнятні ціни; якість торговельної послуги; після	– забезпечення високої якості торговельної послуги та торговельної діяльності унаслідок застосування нових технологій організації та управління торговельними процесами; – розташування на певній території з урахуванням специфіки	Цільовий Результативний Ресурсний

Продовж. табл. 1.2

1	2	3	4
	продажні та супровідні послуги; задоволення вимог, які змінюються	розміщення населення; – робота з вивчення попиту і формування товарного асортименту; – формування адекватної цінової політики на товари; – застосування сучасних форм і методів продажу та обслуговування; – належна організація технічного оснащення торговельних об'єктів та ін.	
Інші стейкхолдери	конкуренти – добросовісна конкуренція	– конкурентна боротьба методами цінової і нецінової добросовісної конкуренції; – реалізація товарів, які за ціновими і неціновими характеристиками є привабливішими, ніж товари конкурентів; – формування стійких конкурентних переваг тощо	Цільовий Результативний Ресурсний
	постачальники – стабільність та тривалість партнерських відносин; висока фінансова дисципліна; висока відповідальність щодо забезпечення встановлених умов договору; низький рівень ризику роботи з покупцем	– формування обох типів стосунків: побудовані за принципом економічної доцільності (опортуністичні) і партнерські; – створення довготривалих відносин з постачальниками; – вимоги щодо дотримання постачальниками загальновизнаних якісних та етичних стандартів; – ведення точної звітності, включно з витратами та проплатами, пов'язаними з бізнесом постачальника та ін.	Цільовий Результативний Ресурсний Динамічний
	фінансово-кредитні установи (інвестор) – стабільність та тривалість відносин; своєчасне повернення коштів і відсотків; низький рівень ризику роботи з клієнтом	– створення довготривалих партнерських відносин з фінансово-кредитними установами; – управління фінансовими ризиками і фінансовим станом; – дотримання умов кредитного договору; – створення можливостей проведення поточного контролю реалізації проекту тощо	Цільовий Результативний Ресурсний Динамічний

В економічній науці існують різноманітні підходи до визначення головної мети функціонування організації, які змінювалися з розвитком теорії організації [66]: максимізація прибутку; мінімізація трансакційних витрат; максимізація обсягу продажів; максимізація темпів зростання організації; забезпечення конкурентних переваг; максимізація доданої вартості; максимізація ринкової вартості організації.

Виділення максимізації прибутку як головної мети ґрунтується на теоретичних положеннях класичної економічної теорії про те, що максимізація прибутку окремих підприємців веде до максимізації всього суспільного добробуту. Однак на практиці максимізація прибутку не завжди забезпечує необхідні темпи економічного розвитку організації, оскільки навіть високий за сумою і рівнем прибуток може бути витрачений на поточне споживання, у результаті чого суб'єкт підприємницької діяльності позбавиться основного джерела формування власних фінансових ресурсів для розвитку. У той же час, високий рівень прибутку може бути забезпечений за високого рівня фінансового ризику, пов'язаного із здійсненням господарських операцій, а також при погіршенні показників фінансового стану господарюючого суб'єкта, що може викликати загрозу банкрутства. Тому в ринкових умовах максимізація прибутку розглядається саме як одне з важливих економічних завдань діяльності організації.

Виділення в якості головної цільової функції мінімізацію трансакційних витрат (витрат ресурсів і часу, пов'язаних з пошуком і обробкою комерційної інформації про постачальників і покупців, необхідні товари і послуги, ціни, а також витрат, пов'язаних із здійсненням комерційних переговорів) ґрунтується на теоретичних положеннях неінституціоналізму. Однак економія будь-яких витрат, зокрема трансакційних, не відображає розвиток господарюючого суб'єкта, оскільки економія може бути пов'язана зі зниженням масштабів діяльності і тому не відображати економічних інтересів основних учасників господарських процесів організації. Таким чином мінімізація трансакційних витрат може розглядатися як підціль або шлях досягнення такої мети як

максимізація прибутку.

Мета максимізації обсягу продажів, з одного боку, найбільшою мірою характеризує результати ділової активності та конкурентні позиції суб'єкта підприємницької діяльності в умовах ринку, характеризуючи результати його економічної і соціальної діяльності, спрямованої на задоволення потреб покупців у товарах. Крім того, максимізація обсягу продажів є одним із факторів зростання прибутку, а обсяг продажів свідчить про суспільну престижність організації [66]. З іншого боку, показник обсягу продажів залежить від безлічі зовнішніх і внутрішніх факторів. Також ця мета не пов'язана з економією витрат, у результаті чого темпи їх зростання можуть випереджати темпи зростання продажів, що може знизити рівень рентабельності продукції і можливості формування внутрішніх власних фінансових ресурсів суб'єкта підприємництва в роздрібній торгівлі.

Своєрідним розвитком цієї мети є мета максимізації темпів зростання суб'єкта підприємницької діяльності, яка замість абсолютного показника обсягу продажів містить відносний – темп його зростання. Ця мета, насамперед, відображає орієнтацію на стратегічну перспективу, інструментальне забезпечення в процесі розвитку господарюючого суб'єкта стійкого формування доходів і прибутку, а також необхідну структуру активів і капіталу. Натомість тут не враховується рівень достатності прибутку для вирішення завдань у майбутньому періоді та ефективність використання активів і капіталу. Також на практиці досягнення цієї мети можливе лише в умовах стійкого попиту на товари.

Здобуття конкурентних переваг для суб'єкта підприємницької діяльності передбачає виявлення їх джерел із урахуванням споживчої цінності товарів, формування стратегії конкурентних переваг, узгодження видів діяльності, формування ланцюжка цінності, управління потенціалом організації на стадіях руху товару, виявлення джерел створення конкурентних переваг на основі інновацій і можливостей регулювання витрат та диференціації товарів. Таким чином досягнення конкурентних переваг організації як системи відображає

ефективні напрямки діяльності всіх її підсистем. Однак низька формалізованість поняття «конкурентна перевага» у вигляді конкретного показника і складності в його обчисленні та створенні інформаційної бази для розрахунків створюють труднощі у використанні даної мети на практиці.

Критерій максимізації доданої вартості може застосовуватися для побудови стратегічних моделей, ураховуючи всі внутрішні витрати і прибуток організації та узгоджуючи задоволення економічних інтересів працівників і власників. Його недоліком є неможливість відображення економічних інтересів споживачів, оскільки використання критерію максимуму доданої вартості призводить до зростання відпускних цін.

Мета максимізації ринкової вартості організації, яка сьогодні найчастіше визнається за цільову функцію [196], виходить з концепції максимізації добробуту її власників і характеризується цілою низкою переваг: виділення власників як головних носіїв економічних інтересів організації, безпосередньо зацікавлених у її ефективному управлінні; гармонізація економічних інтересів власників, персоналу і суспільства; інтегрування розглянутих вище цілей діяльності організації, що сприяє узгодженню системи приватних цілей і завдань різних служб і підрозділів; наявність широких можливостей для реального зростання ринкової вартості організації; можливість використання універсальної оцінки критеріального значення ринкової вартості як інтегрованого показника, що характеризує ефективність підприємницької діяльності; можливість використання даного критерію як індикатор стратегічних рішень; моніторинг показника ринкової вартості організації є дієвим засобом контролю інвесторами за діями менеджерів.

Таким чином, орієнтація підприємництва на досягнення комерційного успіху не є самодостатньою метою в сучасному бізнес-середовищі. Підприємницька діяльність ґрунтується на довгострокових цілях розвитку, які можуть визначатися інтересами власника, розмірами капіталу, ситуацією всередині господарюючого суб'єкта, його зовнішнім середовищем і повинні відповідати певним вимогам (конкретність, вимірюваність, орієнтованість в

часі, досяжність, взаємна підтримуваність). Тому принципового значення набувають також питання про створення власного бізнесу у сфері роздрібною торгівлі; збільшення або утримання частки споживчого ринку; постійне оновлення асортименту; максимізація обсягу реалізації товарів; забезпечення конкурентоспроможності діяльності; стійкість і стабільність функціонування; забезпечення високої прибутковості торговельної діяльності та ін. Крім того, потрібно враховувати також і специфіку галузі – роздрібна торгівля є привабливою для підприємця з позиції співвідношення ризику і прибутку, відносно високого рівня рентабельності підприємницької діяльності, швидкості обороту капіталу тощо.

Слід враховувати, що суб'єкт підприємницької діяльності з позиції стейкхолдерського підходу може бути представлений не лише як акціонер, саме який і зацікавлений у максимізації ринкової вартості організації та максимізації її прибутку, але і як персонал, зацікавленість якого полягає у задоволеності умовами праці та її оплати в конкретній підприємницькій структурі. У даному контексті справедливим вважається твердження, що «... підвищення рівня внеску працівників, що веде до більш високої ефективності і результативності, сприятиме підвищенню ефективності бізнесу» [139, с. 115].

Таким чином, ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі для самого суб'єкта підприємницької діяльності має розглядатися з позиції таких підходів:

- цільового – досягнення суб'єктом підприємництва визначених цілей діяльності: (максимізація ринкової вартості бізнесу, оптимальне співвідношення між рівнем прибутку і ризиком, оптимізація витрат, швидка оборотність капіталу, кар'єрне зростання, отримання необхідних навичок, максимізація рівня оплати праці та ін.);

- ресурсного (оптимізація витрат; ефективне використання наявних ресурсів – запасів товарно-матеріальних цінностей, торговельної площі; якість залучених ресурсів та можливість їх відновлення тощо);

- результативного (отримання прибутку від господарської діяльності,

заробітної плати за роботу відповідної кваліфікації);

– динамічного (одержання визначених результатів протягом тривалого періоду).

Держава, відстоюючи інтереси суспільства в цілому і взаємодіючи з ринком, у той же час підтримує і стимулює його розвиток. Як наслідок, перспективи і становище бізнесу визначаються прагненням держави і суспільства розвивати підприємницьку активність, підвищувати інвестиційну привабливість бізнесу, підтримувати підприємницьку діяльність у різноманітних напрямках, зокрема в роздрібній торгівлі. Позиція держави щодо визначення ефективності підприємницької діяльності в цій сфері пов'язана з якістю виконання підприємництвом різноманітних функцій (економічної, соціальної, інноваційної та ін.), які будуть розглянуті детально нижче.

1. Забезпечення стабільного розвитку економіки, коли досягаються і підтримуються на оптимальному рівні основні макроекономічні показники (обсяг валового національного продукту, рівень інфляції, надходження до бюджету тощо).

У наслідок того, що сучасна методика обліку статистичної інформації не дозволяє окремо виділити вплив роздрібної торгівлі на формування основних макроекономічних показників, тому в дослідженні оперуємо статистичними даними за видом економічної діяльності (КВЕД-2010) «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів».

Одним із узагальнюючих показників, що характеризують роль торгівлі у забезпеченні суспільного розвитку, є її внесок у формування валового внутрішнього продукту України. Частка торгівлі у формуванні вітчизняного ВВП досить велика. За даними Державної служби статистики, у 2014 р. частка створеного в галузі валового внутрішнього продукту склала 233702 млн грн, або 14,7% від загального ВВП країни, у 2015 р. – 273989 млн грн, або 12%, у 2016 р. – 331832 млн грн, що у відсотках складає 13,9% [70]. Така динаміка показника є наслідком складних політичних і економічних процесів в Україні.

Загальний розвиток торгівлі характеризується показником валової

доданої вартості (ВДВ). Частка торгівлі у виробництві ВДВ з 2010 року мала тенденцію до зростання [70], але з 2014 року простежується зниження показника до 15,2% (з 16,5% у 2013 році), тобто на 1,3%, а у 2016 році – зниження до 13,9%, що говорить про відсутність процесу нарощування первинного доходу і нестабільність економічної бази торгівлі.

Місце торгівлі у вітчизняній економіці, її ресурсний потенціал і вплив на соціально-економічний розвиток країни визначають також показники забезпечення двадцятої частини всіх податкових надходжень до бюджету України [106], забезпечення товарно-грошового обміну у формі роздрібної купівлі-продажу на суму 1159 млрд. грн. [70], задоволення 75-80% матеріальних потреб населення, через залучення до обороту значного обсягу товарних ресурсів [3] тощо.

Велике значення також має забезпечення суб'єктами підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі гнучкості економіки шляхом швидкого реагування на кон'юнктуру ринку. Особливо це стосується малих суб'єктів підприємництва, які найшвидше за своїх конкурентів пристосовуються до змін ринкової ситуації [109, с. 40].

2. Забезпечення соціального захисту (сприяння недопущенню соціальної напруженості в суспільстві, зниження рівня безробіття, створення додаткових робочих місць).

Не зважаючи на те, що вирішальну роль у формуванні національного багатства у сфері торгівлі відіграють суб'єкти господарювання оптової торгівлі та посередництва в торгівлі [46], суб'єкти роздрібної торгівлі роблять значний внесок у забезпеченість зайнятості населення. Чисельність працюючих у 2014 році в підприємствах торгівлі склала 21,9% від усієї чисельності зайнятого населення, у 2015 році – 3510,7 тис. осіб, що становило 21,3% від загальної зайнятості в цілому; тобто цією діяльністю був зайнятий кожен п'ятий громадянин України. При цьому тільки 25,3% з них були найманими працівниками, інші – є самозайнятими або роботодавцями У 2016 році за даними державної служби зайнятості в торговельній діяльності було

працевлаштовано 61,7 тис. осіб зареєстрованих безробітних, що складає 15% від усієї кількості працевлаштованих [70]. Середньомісячна заробітна плата в торгівлі у 2016 році становила в розрахунку на одного штатного працівника 5808 грн., що перевищує середній заробіток за видами економічної діяльності (5183 грн.).

Одним із шляхів зниження рівня безробіття в Україні є збільшення кількості суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, які активно задіюють ту робочу силу, що не може використовуватися у суб'єктах господарювання в промисловості унаслідок різних причин (технологічні особливості, режим роботи тощо) [109]. Крім того, роздрібна торгівля шляхом створення суб'єктів підприємництва активно сприяє самозайнятості населення через реалізацію потреб людини в самостійності, самореалізації, самоповазі, використанні знань, досвіду і навичок, що, тим самим, сприяє формуванню так званого «середнього класу».

3. Створення умов для інноваційного розвитку держави (не лише в галузі наукових досліджень і розробок, але й у галузі комерціалізації ідей та інноваційної активності; створення корпоративних інноваційних, маркетингових, інноваційно-аналітичних центрів; стимулювання поширення нових технологій).

Торгівля відчуває потребу в інноваційних процесах, які є двигуном розвитку прогресу, нових технологій і, як наслідок, підвищення якості товарів і послуг, що надаються. Нововведення в торгівлі спрямовані на забезпечення високої якості процесів купівлі-продажу і руху товару, торговельного обслуговування та торгової діяльності в цілому [215]. Суб'єкти підприємницької діяльності в торгівлі, зокрема малі, швидко впроваджують технологічні новації і розвивають творчий потенціал персоналу [109, с. 41]. Однак більша частина нововведень і технологій у роздрібній торгівлі розробляються і впроваджуються в основному саме в торговельних мережах, які є найбільш передовим видом торговельного бізнесу.

Особливу значущість у роздрібній торгівлі набуває необхідність

стимулювання не лише базових і продуктових, але й покращуючих, ринкових, стратегічних, організаційних, техніко-технологічних, соціальних видів інновацій. Важливим є впровадження технологій, що дозволяють більш ефективно використовувати будівлі, торговельні площі, торгове обладнання, технічні засоби, програмні продукти, а також створювати необхідні умови для зростання продуктивності праці, зниження витрат і підвищення ефективності роботи організації в цілому.

Останніми роками в роздрібному бізнесі активізувалося впровадження технологічних інновацій (телекомунікаційна інфраструктура та устаткування, інформаційні потоки, поширення знань, переказ грошей електронними засобами, АСУ тощо), що забезпечують прозорість грошових і товарних потоків [119]. Це дозволяє контролювати зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі суб'єкта підприємницької діяльності та швидко реагувати на них. Вагомим інноваційним нововведенням є впровадження інформаційних технологій самообслуговування, поява дисконтних карт для постійних покупців, організація виробництва товарів під власною назвою.

4. Формування ринкової інфраструктури. Інтерес держави у формуванні інфраструктури ринку пояснюється наступним фактом: ринкова інфраструктура здійснює великий вплив на економіку, виступаючи ланкою, яка пов'язує виробництво і споживання. Звичайно під інфраструктурою ринку розуміють сукупність елементів, що забезпечують безперервне багаторівневе функціонування господарських взаємозв'язків, взаємодію суб'єктів ринкової економіки і регулюють рух товарно-грошових потоків [63]. Вона містить сукупність установ, організацій, державних та комерційних підприємств, які забезпечують нормальне функціонування товарного та інших ринків, взаємодію і ефективне обслуговування товаровиробників і споживачів, перерозподіл ресурсів між галузями і всередині галузей, акумуляцію тимчасово вільних грошових коштів тощо.

Розвиненість ринкової інфраструктури визначається оперативністю врегулювання тимчасового дефіциту товарів, що, у свою чергу, сприяє розвитку

ефективного інвестиційного середовища, задоволенню попиту, формуванню конкурентоспроможного підприємництва та здійснює суттєвий вплив на функціонування економічної системи в цілому. Суб'єкти підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі формують інфраструктуру ринку поряд із суб'єктами оптової торгівлі, товарними і фондовими біржами, інвестиційними, інноваційними, страховими, лізинговими компаніями, банками, аудиторськими і консалтинговими фірмами, інформаційними і рекламними агентствами, центрами зайнятості тощо.

Систематична діяльність суб'єктів підприємництва в роздрібній торгівлі сприяє перебудові структури, спрямованості і характеру дії елементів ринкової інфраструктури під сучасні потреби обслуговування підприємництва, тим самим формуючи засади підвищення його ефективності.

5. Забезпечення екологічної безпеки. Питання екологізації сфери торгівлі в Україні є досить актуальним, що пов'язано з інтеграцією країни до світового економічного простору і вступом до СОТ. Участь роздрібної торгівлі у вирішенні даної проблеми на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки полягає у сприянні: раціоналізації структури попиту і споживання, формування масової екологічної свідомості покупців та інформування споживача про екологічний імідж товару; переорієнтації національного виробництва в напрямі екологізації; захисті внутрішнього ринку від небезпечних для життя і здоров'я споживача товарів [23]. Це забезпечується шляхом застосування до суб'єктів підприємництва відповідного регулюючого інструментарію: системи національних стандартів, що ґрунтується на відомій системі стандартів ISO; системи екологічного маркування продукції відповідно до міжнародного стандарту ISO 14024; інфраструктури сертифікації систем екологічного менеджменту.

Ураховуючи інтереси держави, ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі повинна розглядатися за допомогою підходів:

– цільового (зростання і стабільний розвиток економіки, формування ринкової інфраструктури, соціальний захист населення, екологічна безпека

тощо);

- результативного (обсяг сплачених податків, розмір заробітної плати та ін.);

- динамічного (сприяння економічному, інноваційному, соціальному розвитку держави, розвитку ринкової інфраструктури протягом тривалого періоду).

Виділення споживача в якості стейкхолдера впливає з основної мети торговельної діяльності, у відповідності до чого споживач вимагає максимальної адаптації діяльності суб'єкта підприємництва в роздрібній торгівлі щодо створення зручної та якісної системи обслуговування, яка відображає комплекс «умов, ресурсів, інструментів, способів, прийомів, методів, форм та застосовуваних торговельних технологій», що складаються на певній території і забезпечують реалізацію товарів її населенню [47, с. 113].

Споживач, як зацікавлена особа, розглядає підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі та її ефективність з позицій зручності задоволення своїх потреб у товарах і послугах, можливості купити товар у разі виникнення потреби без додаткових зусиль із мінімальним обмеженням у покупці іншого товару, належної широти асортименту товарів до вибору, зручного місцерозташування об'єктів роздрібною торгівлі, оптимального співвідношення між якістю та ціною товару та ін. Поведінка сучасного споживача характеризується зростанням дефіциту часу на купівлю товару в магазині, орієнтацією на використання нестандартного товару (що сприяло розширенню асортименту та прискоренню заміни актуальної лінійки продуктів), формуванням схожої структури споживання в різних країнах тощо [119].

Визначення ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі з урахуванням інтересів споживачів повинно формуватися через призму таких підходів:

- цільового (забезпечення для споживача умов отримання найбільшого задоволення від придбаного товару);

- ресурсного (економія часу, грошових коштів споживача, пов'язаних із

пошуком і придбанням певного товару);

– результативного (забезпечення максимальної цінності торговельної послуги).

Інші групи стейкхолдерів розглядають ефективну підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі в контексті забезпечення стійких господарських зв'язків, формування партнерських відносин і взаємовигідного співробітництва, наявності високого рівня довіри, виконанні платіжної дисципліни тощо. У складі інших груп виділимо такі зацікавлені сторони, як постачальники, конкуренти і фінансово-кредитні установи.

Постачальник суб'єкта підприємницької діяльності в торгівлі зацікавлений у формуванні оптимальних господарських зв'язків з суб'єктами підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. Головними критеріями їх вибору є: забезпечення зручності здійснення покупки для кінцевого споживача; географічне положення торговельного суб'єкта; його репутація як ділового партнера; оптимальний розмір партії замовленого товару; мінімізація витрат на рух товару та ін.

Конкуренція між суб'єктами підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі відбувається безвідносно до місцезнаходження, виду, типу і розміру суб'єкта торгівлі; вона розпочинається з боротьби за грошові доходи покупців [96]. Тому конкуренти суб'єкта підприємницької діяльності в торгівлі зацікавлені у здійсненні ним своєї торговельної діяльності на засадах добросовісної конкуренції, що передбачає ведення конкурентної боротьби чесними і законними методами, без порушення загальноприйнятих норм ведення бізнесу.

В умовах сучасного розвитку економіки України важливим елементом ринкової інфраструктури є кредитно-фінансові установи, діяльність яких передбачає отримання власного прибутку, що визначає характер відносин господарюючих суб'єктів і банків, зміст пропонованих послуг, порядок кредитування. Взаємовідносини кредитно-фінансових установ і суб'єктів підприємницької діяльності, в основі яких знаходяться взаємні інтереси та

обопільна користь, виникають з приводу розрахунково-касового та кредитного обслуговування останніх, надання факторингових, лізингових послуг тощо.

Визначення ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі з урахуванням інтересів представників групи інших стейкхолдерів обумовлює доцільність застосування підходів:

- цільового (досягнення суб'єктом підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі визначених цілей під час співпраці з постачальниками, кредитно-фінансовими установами та в конкурентній боротьбі);
- ресурсного (економія витрат у процесі співпраці суб'єкта підприємництва в роздрібній торгівлі з постачальниками і кредитно-фінансовими установами або в конкурентній боротьбі тощо);
- результативного (придбання товарів належної якості за прийнятною ціною, сума отриманого кредиту та ін.);
- динамічного (розвиток партнерських відносин з постачальниками і кредиторами протягом тривалого періоду).

Дослідження позицій визначених стейкхолдерів щодо розуміння ефективності підприємницької діяльності суб'єктів роздрібною торгівлі довело, що незважаючи на власні інтереси в одному вони єдині – у раціональності діяльності в умовах обмежених ресурсів.

Умова функціонування та розвитку суб'єкта підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі полягає у задоволенні вимог і потреб усіх стейкхолдерів. Таким чином, авторський підхід до ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі ґрунтується на: 1) розгляді ефективності як комплексного поняття; 2) урахування різних поглядів на визначення поняття ефективності; 3) основних положеннях теорії стейкхолдерів. Ураховуючи зазначене вище, ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі являє собою ступінь досягнення встановлених цілей діяльності на основі оптимального використання обмежених ресурсів за визначений період часу за умов задоволення специфічних вимог основних стейкхолдерів. Оцінювання

ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі повинне проходити з позиції наведеного бачення ефективності.

1.3. Концептуальні основи оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі

Важливість оцінки ефективності для будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності є надзвичайно актуальною протягом всього періоду його функціонування. Справа в тому, що ефективність виступає як індикатор розвитку різноманітних систем (явищ, процесів), надаючи характеристику рівню їхнього розвитку [163]. Дії, спрямовані на підвищення ефективності підприємницької діяльності, визначають конкретні заходи, які сприяють процесу розвитку суб'єкта господарювання та підтримці розвитку на належному рівні, і виключають ті з них, що викликають регрес.

Організація ефективної господарської діяльності є одним із найбільш важливих чинників успішного функціонування підприємницької структури в роздрібній торгівлі [76], а оцінка ефективності є об'єктивною основою її діяльності. Саме оцінка дає повну й об'єктивну інформацію для прийняття управлінських рішень у всіх сферах підприємницької діяльності.

Оціночна система ефективності підприємництва: 1) повинна будуватися на спостереженнях за станом підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі та чинниками, що впливають на її стан; аналізі й оцінці поточного стану підприємництва та його прогнозуванні на майбутній період; 2) відповідати вимогам окремих стейкхолдерів щодо функціонування та розвитку підприємницької структури, бути ефективним механізмом обробки інформації, методом розробки і обґрунтування оперативних і стратегічних рішень та відповідати управлінським потребам. Потребу в оцінці ефективності підприємницької діяльності відчуває перш за все сам підприємець, який за її результатами розробляє і здійснює систему технічних, технологічних,

організаційно-економічних, соціальних заходів у господарській програмі з метою поліпшення фінансового стану суб'єкта підприємництва, від якого залежить його комерційна привабливість для постачальників, кредитно-фінансових установ, інших юридичних і фізичних осіб.

У загальному вигляді оцінка розглядається як результат визначення та аналізу якісних і кількісних характеристик певного об'єкту, що підлягає управлінню, а також самого процесу управління [14; 213]. Власова Н.О. стверджує, що оцінка є аналітичною процедурою, у процесі якої відбувається перехід від кількісної інформації до якісних висновків [43, с. 36]. Інші дослідники підкреслюють, що оцінка є суб'єктивним поглядом, в основі якого лежить об'єктивна реальність [101, с. 51]. У праці [148] зазначено, що в економіці поняття «оцінка» розглядається з двох позицій: як результат визначення вартості окремого об'єкта та процес, що реалізується за відповідних компонентів. Вважаємо, що саме визначення оцінки як процесу є більш прийнятним трактування цього поняття.

В основі будь-якого дослідницького процесу знаходяться певні концепції, ідеї, теорії, методологічні принципи, підходи, а також комплекс застосовуваних методів і методик. У науковій літературі механізм процесу оцінки подається спрощено як взаємозв'язок цілей, інструментів, процесу управління оцінкою [51; 213]. Основними взаємопов'язаними і взаємодоповнюючими елементами процесу оцінювання виступають: суб'єкт, об'єкт, мета, критерії, показники, одиниці вимірювання, методичні підходи, методи, рішення з оцінки та результати [51; 97; 101; 137; 213]. Вибір відповідної процедури оцінки та спосіб подання висновку в оціночному процесі зумовлює комбінація перших трьох елементів: «об'єкт – суб'єкт – мета» [148]. Наведене дозволило сформулювати науково-методичні засади оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, які відображені у відповідних елементах процесу оцінки ефективності (рис. 1.2).

Метою оцінки ефективності підприємницької діяльності є забезпечення необхідною інформацією визначеного кола осіб, які на базі цієї інформації

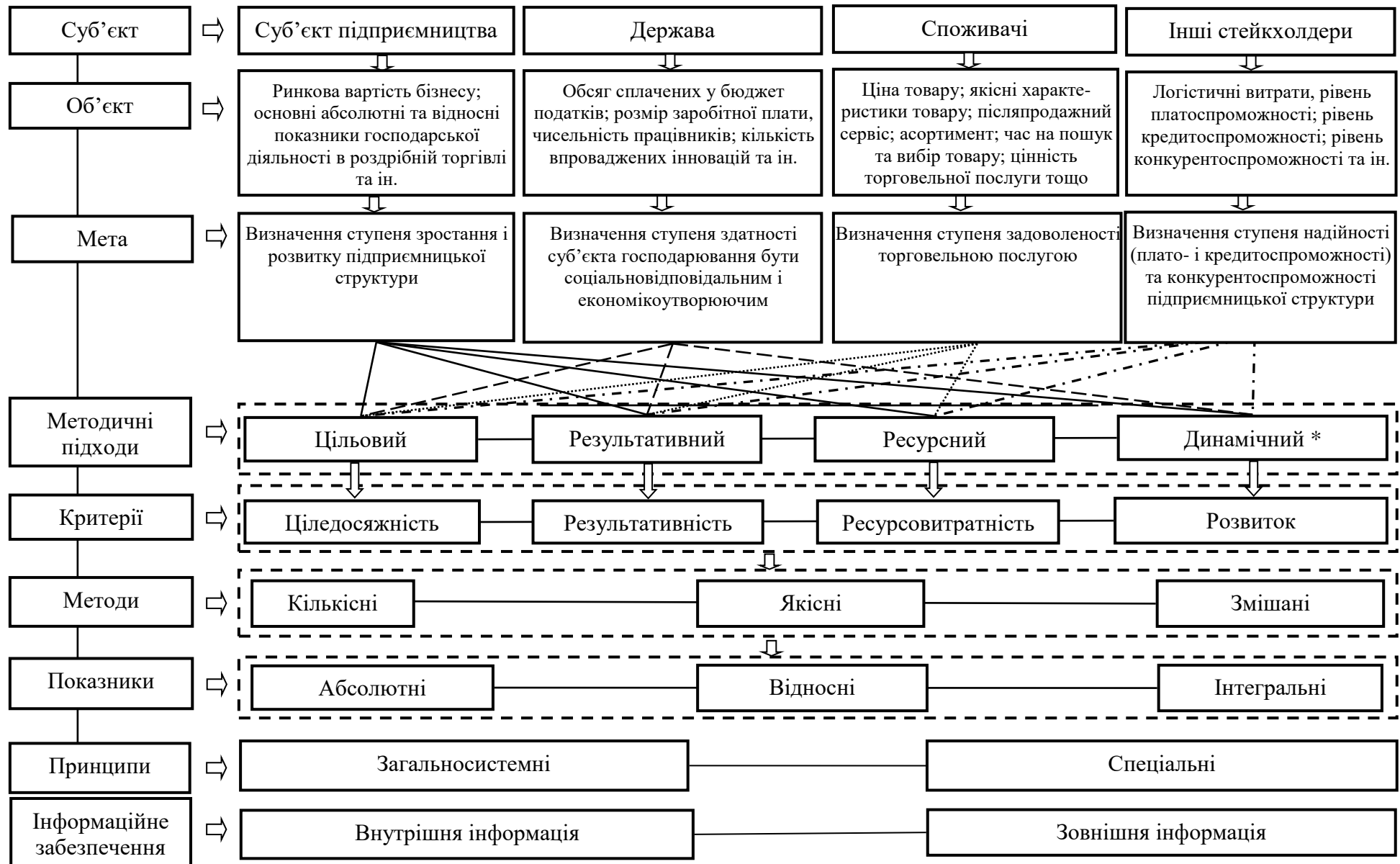


Рис. 1.2. Концептуальні засади оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на основі теорії стейкхолдерів (розроблено автором)

Примітка * – крім конкурентів

приймають різноманітні управлінські рішення. Суб'єктами оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі є основні стейкхолдери, зацікавлені в діяльності підприємницьких структур. У межах даного дослідження процес оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі подано з позиції всіх виокремлених стейкхолдерів.

Об'єктами оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі є результати економічних процесів, що безпосередньо впливають на господарську діяльність підприємницької структури, підлягають плануванню (прогнозуванню) і аналізу у визначених показниках. Основними об'єктами оцінки для суб'єкта підприємницької діяльності як головного стейкхолдера є: ринкова вартість бізнесу; обсяги товарообороту, доходів, прибутку і витрат; співвідношення між рівнем прибутку і ризиком; оборотність активів і капіталу; обсяги товарних запасів; розмір торговельної площі тощо. Для оцінки ефективності з боку держави певний інтерес можуть мати показники обсягу сплачених суб'єктом підприємницької діяльності податків до бюджету в динаміці, розмір величина і динаміка заробітної плати працівників, середньоспискова чисельність працівників, кількість впроваджених за період у підприємницьку діяльність інновацій, випадки порушення норм і нормативів продажу товарів народного споживання тощо. Об'єктами оцінки ефективності підприємницької діяльності для споживачів виступають ціна товару та його якісні характеристики, наявність післяпродажного сервісу, можливість та показники надання товарного кредиту, широта і глибина асортименту, час на пошук та вибір товару, цінність торговельної послуги тощо. За об'єкти оцінки ефективності для групи інших стейкхолдерів можуть бути обрані розмір і середній період кредиторської заборгованості, коефіцієнти ліквідності і платоспроможності, величина логістичних витрат, показники кредитоспроможності, частка ринку суб'єкта підприємницької діяльності, наявність конкурентних переваг та інші.

Відповідно до окремого суб'єкта виокремлено конкретні цілі оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. Суб'єктом

підприємницької діяльності оцінка власної ефективності проводиться з метою визначення ступеня зростання і розвитку підприємницької структури, тобто її здатності до прогресивних кількісних змін, відображених у об'ємних показниках, і до прогресивних якісних змін, що доповнюють кількісні і пов'язані здебільшого зі структурною динамікою суб'єкта господарювання. Метою оцінки ефективності підприємницької діяльності для держави є визначення ступеня здатності підприємницької структури бути соціально відповідальною і економікоутворюючою частиною держави. Оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі для споживачів проводиться з метою визначення ступеня задоволеності даних стейкхолдерів торговельною послугою та її цінності. Цілі оцінки ефективності підприємницької діяльності для стейкхолдерів, які віднесені до групи інших стейкхолдерів, розрізняються за їх видами: для постачальників і фінансових установ метою є визначення ступеня надійності, тобто плато– і кредитоспроможності конкретного суб'єкта підприємництва; а для конкурентів – визначення рівня конкурентоспроможності підприємницької структури.

Об'єктивність процесу оцінки забезпечується сукупністю оціночних принципів, які являють собою правила оцінки, покладені в основу методичних підходів, що відображають соціально-економічні чинники і закономірності здійснення підприємницької діяльності. Дослідження методології загального економічного аналізу, складовою якого є оцінка, вимагає врахування під час побудови системи оцінки низки основних принципів (науковість, системність, комплексність, об'єктивність, адекватність, достовірність, конкретність, дієвість, оперативність, демократизм тощо) [148; 161; 172]. Крім того необхідно врахувати принципи, що є специфічними з погляду предмета оцінювання. Так, Асаул А. пропонує під час оцінки ефективності підприємницької діяльності орієнтуватися не тільки на результат діяльності, але й умови, за яких він був досягнутий [7]. Серед основних принципів побудови методики оцінки, які можна віднести до групи специфічних, він виділяє: взаємозв'язок мети і кінцевого результату діяльності; наявність декількох критеріїв оптимальності;

під час визначення цілі надання переваги цілям, що характеризують стійкість ринкових позицій; взаємозв'язок життєвого циклу продукції і показників підприємницької діяльності; поєднання показників. Аналогічних поглядів на склад принципів вимірювання ефективності підприємницької діяльності дотримується Л. Пурижова [163].

Проведене дослідження дозволило виокремити низку загальних (властивих будь-якій системі оцінки) і спеціальних (властивих оцінці ефективності підприємницької діяльності, що базуються на відповідних підходах до визначення поняття ефективності) принципів, яким повинний підпорядковуватися процес оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі (рис. 1.3).

Оцінювання ефективності підприємницької діяльності в будь-якій сфері передбачає наявність достовірної інформації про об'єкти оцінки, повнота і обґрунтованість якої визначає об'єктивність отриманих результатів і обґрунтованих висновків.

Організація інформаційного забезпечення оцінки ефективності має відповідати низці загальних вимог [7; 148]:

1) аналітичність – передбачає, що вся система інформації незалежно від джерел надходження повинна відповідати потребам оцінки, тобто забезпечувати надходження даних про підприємницьку діяльність і з тією деталізацією, яка в цей момент потрібна для всебічного вивчення економічних явищ і процесів, виявлення впливу основних чинників і визначення резервів підвищення ефективності діяльності;

2) об'єктивність – інформація повинна достовірно відображати досліджувані явища і процеси; в іншому випадку зроблені висновки не відповідатимуть дійсності, а розроблені пропозиції не тільки не матимуть користі, але можуть бути шкідливими;

3) єдність інформації, що надходить з різних джерел, передбачає, що кожне економічне явище має реєструватися тільки один раз, а отримані результати можуть використовуватися в обліку, плануванні, контролі і аналізі;



Рис. 1.3. Сукупність принципів оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі (систематизовано автором за джерелами [7; 148; 161; 163; 172])

4) оперативність – інформація повинна надходити як можна швидше, що підвищує ефективність оцінки завдяки можливості оперативно втручатися в

процес підприємницької діяльності за її результатами;

5) раціональність – інформація повинна вимагати мінімуму витрат на збір, зберігання і використання даних тощо.

Основні джерела інформації для оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі можна поділити на внутрішні (фінансова звітність господарюючого суб'єкта, дані бухгалтерського, оперативно-технічного і управлінського обліку тощо) та зовнішні (статистична, нормативно-довідкова і ринкова інформація).

У сучасній економічній науці для оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі застосовуються різноманітні підходи, які складають основу для розробки і використання відповідного методичного інструментарію оцінки – системний, вартісний, результативний, цільовий, витратний, ресурсний, динамічний, експертний, підхід з позиції поточного і стратегічного управління діяльністю тощо [24; 27; 28; 54; 61; 132; 144; 148; 152; 174]. Порівняння наявних в економічній літературі підходів до визначення ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі та методичних підходів до її оцінки показав, що під час оцінювання ефективності підприємницької діяльності різними стейкхолдерами потрібно застосовувати наступні – цільовий, результативний, витратний, ресурсний і динамічний.

Спрямованість підприємницької діяльності на досягнення мети актуалізує використання цільового підходу, що підкреслює роль ціледосягнення як критерію ефективності. Як зазначено в підрозділі 1.2, для роздрібної торгівлі характерна множинність цілей, які складають базу для стратегічних рішень господарюючих суб'єктів у роздрібній торгівлі, реалізація яких забезпечується тактичними і оперативними заходами, що складають основу контролю отриманих результатів. Успішність досягнення цілей і вирішення поставлених господарських завдань показує успішність функціонування суб'єкта підприємницької діяльності, тим самим відображаючи його ефективність.

Результативний підхід – передбачає оцінку ефективності підприємницької діяльності як прибутковості (або рентабельності)

торговельного бізнесу. Інструменти оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі представлені здебільшого коефіцієнтним і аналітичним підходами. Оцінювання відбувається за допомогою як узагальнюючих показників, так і системи приватних показників ефективності.

У рамках даного оцінного підходу найбільше поширення отримав метод коефіцієнтів, де основними розрахунковими показниками ефективності є різного роду коефіцієнти рентабельності, розраховані на основі даних обліку та звітності за результатами господарської діяльності (активів, капіталу, інвестицій, витрат, продажу тощо), а також чиста процентна маржа і чистий спред. Даний підхід є досить простим у розрахунках та інтерпретації зазначених показників, однак для нього характерні ретроспективний характер і неоднозначність інтерпретації факторів, що визначають значення показників [127; 174]. Недоліками коефіцієнтного методу є: 1) можливість штучно збільшити показники прибутковості за допомогою бухгалтерських прийомів; 2) неможливість відображення бухгалтерськими показниками поточної вартості грошових потоків і ризиків інвесторів; 3) недостатній ступінь корелювання коефіцієнтів рентабельності конкретного господарюючого суб'єкта з вартістю його акцій на ринку капіталів, що призводить до появи загрози прийняття невірної рішення щодо розвитку [54]. Тому цей метод доцільно використовувати для оцінки ефективності окремих торгових операцій або груп однорідних за економічним змістом операцій.

Аналітичний підхід до оцінки ефективності підприємницької діяльності передбачає побудову аналітичних моделей, які дозволяють виявити фактори, що визначають ефективність функціонування суб'єкта підприємництва, оцінити ступінь їх впливу і скласти тенденції в їх зміні і значущості. Найбільшого поширення в рамках цього підходу отримала факторна модель Дюпон [61; 132], яка враховує одночасно прибутковість і ризик суб'єкта підприємницької діяльності.

Розглядаючи господарюючого суб'єкта як сукупність капіталу, що надходить з різних джерел, Дж. Ван Хорн і Дж. Вахович обґрунтували, що

метою управління повинно бути підвищення ціни акцій господарюючого суб'єкта, яка є індикатором ефективності його діяльності, на ринку [28, с. 10]. Поширеним у міжнародній практиці є використання для аналізу ефективності діяльності в якості аналітичних моделей Гордона і Шарпа, які дозволяють оцінювати ефективність через ставку прибутковості акцій на початок або кінець поточного року або очікувану ставку доходності акцій з урахуванням коефіцієнта ринкового ризику [152]. Проте, не зважаючи на обґрунтованість такого підходу, використання даних моделей для оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі в умовах сучасного економічного розвитку України суттєво стримується через відсутність розвиненого фондового ринку в державі.

Витратний підхід до оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі базується на порівнянні отриманого прибутку і витрат. Цей підхід, з одного боку, характеризується легкістю застосування, оскільки не потребує значних витрат часу на пошук інформації про значення результативного (прибуток) і оціночного (витрати) показника діяльності суб'єкта підприємництва та відповідні розрахунки; а з іншого боку, є досить ємним [24; 144].

Ефективність підприємницької діяльності щодо витрат може передбачати побудову та аналіз моделей виробничих процесів. Інструменти оцінки ефективності за витратним підходом подані економетричними методами. У сучасних умовах поширене використання в економічних дослідженнях ефективності набули наступні економетричні методи [144]: параметричні – метод без обмежень на розподіл ефективності (Distribution Free Approach – DFA), аналіз на основі широкого кордону (Think Frontier Analysis – TFA), стохастичний фронтірний аналіз (Stochastic Frontier Analysis – SFA); непараметричні – аналіз оболонки даних (Data Envelopment Analysis – DEA), аналіз оболонки даних із вільним розміщенням (Free Disposal Hull – FDH). Ці методи є переважно трудомісткими, потребують використання спеціального математично-статистичного апарату та характеризуються певними проблемами

отримання інформації для проведення оцінювання ефективності зовнішніми стейкхолдерами.

Відповідно до ресурсного підходу ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі визначається зіставленням результатів цієї діяльності і ресурсів, витрачених на їх досягнення. Ресурсний підхід, як і витратний, характеризується відносною легкістю проведення розрахунків, унаслідок чого вважається найбільш наочним і точним [24; 215].

Згідно з динамічним підходом оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі здійснюється в динаміці за різні календарні відрізки часу (місяць, квартал, рік) [174]. Динаміка обраних оцінювачами показників, їх зіставлення з аналогічними даними інших суб'єктів підприємництва галузі, які господарюють у схожих умовах, може свідчити про ефективність або неефективність підприємницької діяльності окремого суб'єкта господарювання в роздрібній торгівлі.

Проблема обґрунтування методів оцінювання ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі є досить неоднозначною. Відзначимо, що в чистому вигляді методи оцінки ефективності саме підприємницької діяльності практично не зустрічаються, натомість існує досить багато методів оцінки ефективності суб'єктів господарювання, організацій, процесів, господарської діяльності тощо, які певною мірою можуть бути використані для оцінювання ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі (за умови врахування галузевої специфіки), або на основі яких може бути сформований відповідний методичний інструментарій оцінки. Крім того, за наявності в науковій літературі значного науково-методичного інструментарію оцінки ефективності не існує однозначного комплексного підходу щодо проблеми оцінки, що потребує належного розв'язання.

Звичайно в основі класифікації методів оцінки лежать об'єктивні і суб'єктивні причини, у відповідності з якими методи бувають: формалізовані, неформалізовані; суб'єктивні, об'єктивні; логічні, аналітичні; математизовані, нематематизовані; математичні, евристичні [97; 130; 172]. Основними методами

і прийомами економічного аналізу, які набули широкого поширення в оцінці ефективності підприємницької діяльності, є: порівняння; угруповання; деталізація; узагальнення; елімінування; балансовий; інтегральний; індексний; графічний; експертний; економіко-статистичні; економіко-математичні тощо. Застосування конкретних методів на практиці має бути обґрунтованим; методи повинні доповнювати один одного, бути взаємопов'язаними і об'єднаними на основі принципів системності і комплексності [213]; відповідати цілям і потребам, що ставляться до оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі різними стейкхолдерами.

Перші моделі визначення результатів діяльності господарюючих суб'єктів з'явилися в 20-х роках ХХ ст. і будувалися основі фінансових показників (наприклад, мультиплікативна модель Дюпона або показник ROI) [61; 132; 208]. Зокрема модифікована факторна модель Дюпон призначена для ідентифікації чинників, які визначають ефективність функціонування суб'єкта господарювання, оцінки ступеня їх впливу та наявних тенденцій у їх динаміці і значущості. Її результативним показником виступає рентабельність власного капіталу, яка характеризує віддачу від власних коштів, вкладених у підприємницьку діяльність, а факторними, що узагальнюють всю фінансово-господарську діяльність підприємця у її статичній і динамічній, є рентабельність активів і фінансовий леверидж.

У теперішній час певну проблему на практиці становить неможливість здійснити кількісні порівняння параметрів керованого об'єкта внаслідок значної розмірності оцінок, унаслідок чого ускладнюється оцінка всіх аспектів підприємницької діяльності. Тому в низці випадків для оцінки ефективності підприємницької діяльності застосовується аналіз фінансово-економічного стану суб'єкта господарювання. Зокрема даний метод широко застосовується у вітчизняних дослідженнях на основі коефіцієнтного підходу [135; 172; 228]. Так, законодавчий підхід до оцінки ефективності підприємницької діяльності зводиться до поглибленого аналізу фінансово-економічного стану за «Методикою проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану

підприємств та організацій», затвердженою Наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств №81 від 27 червня 1997 р. на виконання постанови Кабінету Міністрів України від 25 листопада 1996 р. №1403 (1403-96-п) «Про Положення про реєстр неплатоспроможних підприємств та організацій» для забезпечення єдиного підходу при проведенні поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій [135]. Ця Методика містить аналіз фінансового стану та виробничо-господарської діяльності суб'єкта господарювання, за результатами якого робиться висновок щодо доцільності чи недоцільності його внесення до Реєстру неплатоспроможних підприємств та організацій, тобто ефективності або неефективності їх функціонування.

В економічній літературі пропонується здійснювати оцінку ефективності діяльності суб'єкта господарювання за допомогою системи показників, які характеризують темпи розвитку та рівень прибутковості [172]. В іншому джерелі оцінка рівня ефективності функціонування суб'єкта підприємництва визначається за допомогою показників рентабельності, шляхом об'єднання їх в кілька груп залежно від походження до оцінки ефективності: 1) показники, що базуються на витратному підході, рівень яких визначається співвідношенням прибутку з витратами; 2) показники, що характеризують ефективність системи продажів, які визначаються співвідношенням прибутку з виручкою від реалізації продукції; 3) показники, в основі яких лежить ресурсний підхід, рівень яких визначають відношенням прибутку до загальної суми або окремих частин авансованого капіталу [228, с. 37]. Ще одною спробою оцінки ефективності є її розгляд через інтегральний показник, який передбачає розрахунок чотирьох «критеріїв ефективності»: а) виробничої діяльності, що визначається за показниками фондівіддачі, рентабельності товару, продуктивності праці; б) фінансового стану, який характеризується фінансовими коефіцієнтами; в) збутової діяльності, що визначається показниками рентабельності, завантаження виробничої потужності, ефективності реклами тощо; г) конкурентоспроможності товару [194].

У рамках витратного підходу широко застосовуються методи, засновані на побудові кордону ефективності. У даному випадку ефективність підприємницької діяльності господарюючого суб'єкта порівнюється з «ідеальним» суб'єктом господарювання, який працює на межі своїх можливостей і найбільш оптимальним чином використовує наявні ресурси [227], що, власне, і являє собою кордон ефективності.

До 1990-х рр. іноземні компанії також орієнтувалися переважно на фінансові показники оцінки ефективності управління. Зміна пріоритетів управління і контролінгу, що відбулася, охарактеризувалася широким використанням у практичній діяльності концепції Value Based Management (VBM), яка базується на управлінні організацією на основі вартості компанії [55; 230] та включає чотири основні складові: оцінювання, стратегія, фінанси, корпоративне управління. Оцінювання в цій системі передбачає «вибір моделі і процедур визначення вартості компанії для її власників, моніторинг зміни власності, визначення механізмів створення нової вартості» [185, с. 254]. У концепції VBM виокремлюють дві групи методів: 1) показники фінансової спрямованості – ринкова додана вартість (MVA), економічна додана вартість (EVA) та інші; 2) методи, що враховують нефінансові показники – збалансована система показників. Найбільш поширеним із показників є економічна додана вартість, постійна позитивна величина якої свідчить про зростання вартості компанії, а від'ємна – про зниження, що відповідно говорить про якість прийнятих управлінських рішень. Застосування же збалансованої системи показників дозволяє нівелювати недоліки виключного застосування в оцінці фінансових показників шляхом урахування інтелектуального капіталу суб'єкта підприємницької діяльності, ефективності його бізнес-процесів, задоволеності клієнтів, відображення тенденцій розвитку ринку, поведінки конкурентів і споживачів, передбачення змін у діловому середовищі функціонування.

Останнім часом окреме широке використання набула оцінка ефективності діяльності на основі концепції «Performance Management» (управління результативністю), побудована на основі збалансованої системи показників [56; 91;

98; 144], яка охоплює чотири групи показників: фінансові, співпраці з клієнтами, бізнес-процесів, навчання та кар'єрного зростання. Збалансована система показників сприяє не лише ефективній оцінці результатів діяльності, але й реалізації стратегії; ця система має бути ретельно продумана з позиції конкретного суб'єкта підприємницької діяльності і враховувати його специфіку.

Принципово схожим є широко поширений у Західній Європі французький підхід до комплексної діагностики діяльності компанії за назвою *Tableau de bord* (панель управління). Сучасна концепція *Tableau de bord* є «інструментом управління, що використовується для «вибору, документування та інтерпретації» об'єднаних причинно-наслідкових зв'язків фінансових і нефінансових показників», кожний із яких відображає стан певної частини бізнесу (комерційна, виробнича, інвестиційна, фінансова), яка вимагає управління [165]. Для прийняття обґрунтованих економічних рішень проводиться аналіз прибутковості суб'єкта підприємництва, сфер діяльності, продукції і клієнтури, ринку, робочої сили, основного і оборотного капіталу, інвестицій, доданої вартості, платоспроможності, фінансової рівноваги та ін. Ця концепція має багатоцільове призначення, а її інформація використовується для різних рівнів управління господарюючим суб'єктом.

Широке застосування в оцінці ефективності діяльності господарюючого суб'єкта також має концепція тотального управління якістю, запропонована в 1950-х рр. американськими вченими Д. Джураном, А. Фідженбаумом, Е. Демінгом, Ф. Кросбі [232; 233; 235; 238]. Основний розвиток і удосконалення ця концепція знайшла в Японії, де було розроблено різні методи запобігання виникненню різних виробничих проблем в області якості [88].

Необхідність врахування багаточисленних чинників, які впливають на ефективність, сприяло не тільки оцінці, але й організації управління ефективністю і стратегією суб'єкта підприємницької діяльності. Найбільш об'єктивним методом щодо виявлення сильних і слабких сторін, впливу різних чинників на ефективність підприємницької діяльності є бенчмаркінг [105], під яким розуміється інструмент, який використовується для підтримки постійного

удосконалення і досягнення переваг конкуренції для господарюючого суб'єкта. За допомогою бенчмаркінгу суб'єкт підприємницької діяльності може провести порівняльний аналіз продуктів, устаткування, персоналу, послуг і процесів.

Методика застосування бенчмаркінгу в оцінці ефективності підприємницької діяльності залежить від обраного об'єкта та напрямку проведення порівняння [114; 136; 194]. Під час оцінки ефективності підприємницької діяльності бенчмаркінг дозволяє провести класифікацію бізнес-процесів за категоріями значущості і найбільшого впливу на результат, здійснити комплексне порівняння за всіма бізнес-процесами суб'єкта господарювання, сприяє ефективному і цілеспрямованому використанню обмежених коштів для проведення проекту бенчмаркінгу.

Отенко В.І., спираючись на вимоги комплексності і системності до оцінки ефективності, запропонував методику проведення комплексного аналізу ефективності господарської діяльності із застосуванням інтегрального показника, що передбачає досить складну послідовність виконання аналітичної роботи на базі цілої низки методів (аналіз, синтез, індукція, дедукція, порівняння, спостереження, теоретичне узагальнення, групування, економіко-математичні і статистичні методи, вертикальний та горизонтальний аналіз балансу, індексний метод, факторний метод, метод таксономії та збалансованої системи показників, багатофакторний кореляційно-регресійний аналіз тощо) [144, с. 234-236].

Особливий інтерес для дослідження становлять методики комплексної оцінки ефективності господарської діяльності суб'єктів роздрібною торгівлі. Зокрема, методичний підхід до оцінки ефективності діяльності господарюючих суб'єктів в галузі, запропонований колективом авторів Харківського державного університету харчування та торгівлі, дозволяє здійснити порівняльну оцінку ефективності за характеристиками продуктивності (за динамікою узагальнюючих показників ефективності діяльності окремого суб'єкта), результативності (шляхом порівняння фактичних узагальнюючих показників ефективності з цільовими) та оптимальності (на основі інформації

щодо відносної економії (перевитрат) витрат операційної діяльності та відносного вивільнення (залучення) фінансових ресурсів) [148]. Узагальнюючий рівень ефективності визначається за допомогою системи бальної оцінки та обґрунтованої шкали інтервалів.

Гросул В.А. і Аванесовою Н.Е. для вирішення досліджуваної проблеми була запропонована методика оцінки ефективності функціонування суб'єктів роздрібною торгівлі на базі інтегрального показника з позицій ключових зацікавлених сторін (споживачів, постачальників, персоналу, власників), застосування якої «дозволяє не тільки оцінити ефективність, але й виявити найбільш проблемні місця в задоволенні їх потреб та запитів» [64, с. 8]. Запропоновані науковцями методики оцінки ефективності передбачають: з позицій споживачів – співставлення інтегрального індексу задоволеності та індексу зміни товарообороту; з позицій постачальників – визначення індексів задоволеності товаропостачальників та господарюючих суб'єктів галузі взаємною співпрацею та розрахунок на їх основі відносного показника ефективності; з позицій персоналу – співвіднесення індексу задоволеності співробітників; з позицій власників – співставлення інтегрального індексу вигоди власників та індексу зростання (зниження) власного капіталу.

Результати компаративного аналізу окремих розглянутих методів наведені в таблиці 1.3. Основними параметрами для порівняння було обрано: переваги і недоліки методик оцінювання, простоту (прості, помірно прості, помірно складні, складні) і сферу застосування (універсальні та застосовані в певній галузі), можливість застосування визначеними стейкхолдерами.

Відповідно до результатів порівняння існуючі методи оцінки ефективності підприємницької діяльності було розділено на дві групи:

1) методи, які можливо використовувати під час оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі всіма визначеними стейкхолдерами;

2) методи оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, які використовують здебільшого окремі стейкхолдери.

Таблиця 1.3

Порівняльна характеристика методів оцінки ефективності підприємницької діяльності з позиції визначених стейкхолдерів (розроблено автором)

Методика	Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану [135]	Методика Г.В. Савицької [172]	Методика комплексної оцінки за зведеним показником [194]	Модифікована факторна модель Дюпон [61; 132]
Критерії порівняння				
Переваги	Комплексне оцінювання за зведеним інтегральним показником	Комплексне оцінювання	Комплексне оцінювання за зведеним інтегральним показником	Забезпечує зв'язок між важливими сторонами діяльності торговельно-економічної системи: підсумками підприємницької діяльності і результатами використання капіталу
Недоліки	Вимагає коректування показників відповідно до існуючого ПСБО	Не достатня для об'єктивного визначення ефективності підприємницької діяльності; містить недоліки, характерні для коефіцієнтного підходу	Передбачає застосування математичного методу лінійного згортання показників, проте на практиці лінійна залежність одних показників від інших зустрічається рідко	Залишає поза увагою інші чинники впливу на підприємницьку діяльність; має застосовуватися у доповненні до інших методів
Простота застосування	Помірно проста	Проста	Помірно проста	Проста
Сфера застосування	Універсальна	Універсальна	Виробничі суб'єкти підприємницької діяльності	Універсальна
Можливість застосування визначеними стейкхолдерами	Застосуємо всіма стейкхолдерами	Застосуємо всіма стейкхолдерами	Застосуємо всіма стейкхолдерами	Застосуємо всіма стейкхолдерами

Продовж. табл. 1.3

Методика Критерії порівняння	Оцінка за основі концепції VBM [230]	Оцінка на основі концепції «Performance Management» [55; 56; 91]	Оцінка за концепцією tableau de bord [165]	Оцінка ефективності на основі бенчмаркінгового підходу [114; 136]
Переваги	Комплексне оцінювання; враховує фінансову і нефінансову спрямованість і специфіку конкретного суб'єкта підприємницької діяльності	Забезпечує ефективну оцінку результатів діяльності, має стратегічну спрямованість; враховує специфіку підприємницької діяльності конкретного суб'єкта господарювання	Комплексне оцінювання; виступає загальною моделлю функціонування бізнесу як системи; об'єднує в одній структурі стратегічні і операційні показники	Є інструментом не тільки оцінки, але й управління ефективністю і стратегією суб'єкта підприємницької діяльності
Недоліки	Складна для використання в невеликих за розміром суб'єктах підприємницької діяльності	Складність обґрунтування критеріїв відбору індикаторів, які включаються до певної сфери збалансованої системи	Вимагає щільного відпрацювання багаточисленних взаємозв'язків між цільовими і функціональними показниками на всіх рівнях і ланцюгах у великих за розміром суб'єктах підприємницької діяльності	Відносно високі витрати на проведення; проблема пошуку партнера для порівняння
Простота застосування	Складна	Складна	Складна	Складна
Сфера застосування	Універсальна	Універсальна	Універсальна	Універсальна
Можливість застосування визначеними стейкхолдерами	Застосуємо суб'єктом підприємницької діяльності	Застосуємо суб'єктом підприємницької діяльності	Застосуємо суб'єктом підприємницької діяльності	Застосуємо суб'єктом підприємницької діяльності, споживачами, конкурентами

Закінч. табл. 1.3

Методика Критерії порівняння	Методика оцінки В.І. Отенка [144]	Методика оцінки М. Якубовича [228]	Колективна методика оцінки науковців ХДУХТ [148]	Методика В.А. Гросул і Н.Е. Аванесової і [64]
Переваги	Комплексне оцінювання; орієнтована на досягнення стратегічної мети	Базується на різних підходах до оцінки ефективності діяльності	Ідентифікує рівень ефективності окремого суб'єкта підприємницької діяльності в конкурентній групі; враховує галузевий аспект розвитку	Визначає рівень ефектив- ності функціонування суб'єкта господарювання в роздрібній торгівлі як у цілому так і для кожної зацікавленої сторони
Недоліки	Містить занадто велику кількість різноманітних методів, що робить її складною у застосуванні в невеликих за розміром суб'єктах підприємниць- кої діяльності	Залишає поза увагою фінансові і нефінансові чинників впливу на підприємницьку діяльність в галузі; містить недоліки, характерні для коефіцієнтного підходу	Залишає поза увагою низку чинників впливу на підприємницьку діяльність в галузі	Вагові значення інтегрального показника оцінки визначені на основі суб'єктивних оцінок і характерні для періоду розробки методики
Простота застосування	Складна	Проста	Помірно проста	Помірно проста
Сфера застосування	Універсальна	Універсальна	Суб'єкти підприємництва роздрібної торгівлі	Суб'єкти підприємництва роздрібної торгівлі
Можливість застосування визначеними стейкхолдерами	Застосуємо переважно суб'єктом підприємницької діяльності	Застосуємо всіма стейкхолдерами	Застосуємо суб'єктом підприємницької діяльності	Застосуємо суб'єктом підприємницької діяльності, споживачами, постачальниками

Для визначення можливостей підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі у першу чергу необхідно оцінити сприятливість умов зовнішнього середовища. Потреба в такій оцінці пояснюється необхідністю моніторингу й аналізу тенденцій, які не залежать від діяльності конкретного суб'єкта підприємницької діяльності, але можуть вплинути на його потенційну ефективність (оскільки кількісно визначають рівень використання його ресурсів, впливають на кінцеві показники господарювання тощо). Під час такого аналізу використовуються різноманітні методи: факторний аналіз, аналіз сценаріїв, прогнозування окремих тенденцій, імітаційне моделювання, експертні методи. Більша увага приділяється саме впливу чинників на підприємницьку діяльність, що можливо визначити за допомогою цілої низки методик: індексу глобальної конкурентоспроможності, показників створення сприятливих умов ведення бізнесу Всесвітнього банку і Міжнародної фінансової корпорації, графоаналітичного методу оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність тощо.

Для опису наявних методик безпосередньої процедури оцінювання ефективності підприємницької діяльності доречно використовувати класифікацію видів оцінки за ступенем деталізації оціночної процедури (рис. 1.4).

Експрес-оцінка ефективності підприємницької діяльності проводиться за даними бухгалтерської і статистичної звітності з метою оперативної, наочної і простої оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності та відображає розвиток ефективності в динаміці. У процесі експрес-оцінки розраховуються безліч показників і застосовуються переважно стандартні методи, серед яких можна виділити: горизонтальний і вертикальний аналіз показників господарської діяльності; факторний аналіз; метод фінансових коефіцієнтів; матричні методи тощо. Одним із них, який цілком відповідає сучасним реаліям розвитку підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, є метод векторного нормування ефективності, що передбачає використання узагальненого інструментарію оцінки [179].

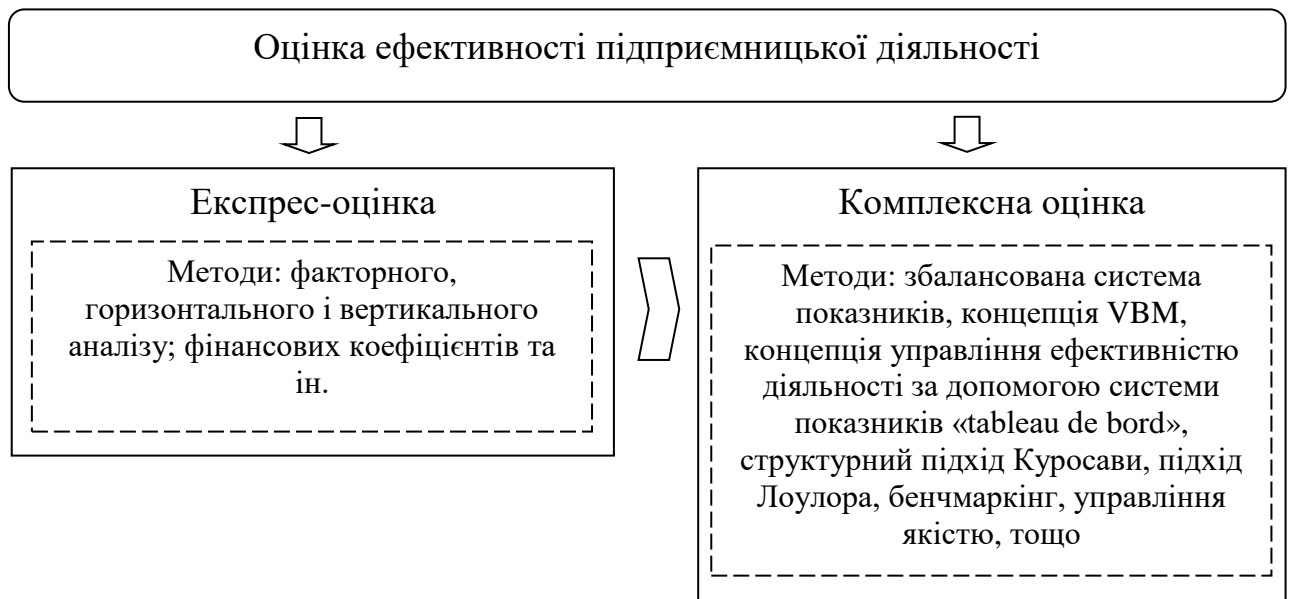


Рис. 1.4. Види оцінки ефективності підприємницької в роздрібній торгівлі (систематизовано автором за джерелами [55; 56; 61; 64; 88; 91; 98; 105; 114; 132; 135; 136; 148; 165; 172; 185; 194; 228; 230; 232; 233; 235; 238])

Комплексна оцінка ефективності підприємницької діяльності конкретизує і доповнює певні процедури експрес-оцінки та дозволяє отримати поглиблене бачення досліджуваного явища на основі детальнішого дослідження господарсько-фінансового стану суб'єкта підприємництва з виявленням конкретних причин і шляхів підвищення його ефективності. Різноманіття наявних методів оцінки дозволяє обрати кожному стейкхолдеру саме той, який найкращим чином відповідає поставленим цілям оцінювання. Тому в сучасних умовах найбільший інтерес становить саме комплексна оцінка з позиції окремих стейкхолдерів. Методичний інструментарій комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності складають: методи концепції VBM, зокрема метод збалансованої системи показників; методи концепції управління ефективністю діяльності за допомогою системи показників «tableau de bord»; бенчмаркінговий підхід; підхід на засадах реалізації інтересів стейкхолдерів та інші. Вважаємо, що потребам комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі в більшій мірі відповідає

система вимірювання ефективності на основі концепції «призми ефективності» [139], яка власне побудована на засадах реалізації інтересів стейкхолдерів.

Критерії для оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі відповідають методичним підходам до оцінки ефективності (цільовий, результативний, ресурсний, динамічний) і різняться за суб'єктом її проведення. З позиції визначених стейкхолдерів як суб'єктів оцінки можливо використання чотирьох підходів, кожному з яких відповідає визначений критерій:

- цільовий підхід – критерій ціледосяжності, що характеризує ступінь досяжності визначених цілей підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі;
- результативний підхід – критерій результативності, який визначає ступінь реалізації запланованих результатів;
- ресурсний підхід – критерій ресурсовитратності, що характеризує витрати обмежених ресурсів для досягнення визначених показників результату;
- динамічний підхід – критерій розвитку, що показує спроможність підтримувати ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі протягом певного періоду.

Таким чином ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі оцінюється з урахуванням основних цілей окремого стейкхолдера, тобто його вимог і інтересів.

Критерії оцінки повинні відбиватися в конкретних кількісних показниках, за допомогою яких надається об'єктивна оцінка підприємництва та його ефективності. Оскільки підприємницька діяльність є комплексним складним явищем, що підлягає впливу різноманітних чинників і є об'єктом зацікавленості різних стейкхолдерів, то її ефективність доцільно визначати за допомогою обґрунтованого комплексу взаємопов'язаних і взаємообумовлених показників, що впливає з наявних зв'язків між явищами та процесами, які відбуваються у вітчизняній економіці.

Практика економічних досліджень пропонує значне методичне забезпечення оцінного процесу в частині наявності великої множини

різноманітних показників. Показники, які використовуються в різних методичних підходах, відрізняються за алгоритмами розрахунку та нормативними значеннями, що пояснюється різними цілями та вимогами до змісту процедури оцінки ефективності підприємницької діяльності, зокрема в роздрібній торгівлі, у різних стейкхолдерів. Так Пурижова Л.В. показники ефективності підприємницької діяльності систематизувала в дві укрупнені групи [163]: основні і допоміжні. До першої групи дослідником віднесено показники, що відображають ефективність зростання бізнесу, продажів, використання капіталу і трудових ресурсів. До другої групи – коефіцієнти фінансової стійкості, оборотності активів, оборотних коштів та інші, що відображають ефективність використання капіталу.

Багієв Б. і Асаул А. у своїй праці [9] справедливо відзначають, що підприємництво включає в себе ряд відносно самостійних видів діяльності (виробничу, фінансову, комерційну, комунікативну), кожна з яких утворює власні результати, на базі яких можуть бути обчислені відповідні показники, що відображають ефективність функціонування окремих підприємницьких підсистем. Оскільки ці показники стосуються окремих елементів діяльності, то їх слід використовувати в якості додаткових разом із узагальнюючими характеристиками ефективності підприємницької діяльності (показниками результату – конкурентоспроможністю продукції або суб'єкта господарювання, прибутку).

Представники Харківської наукової школи підкреслили, що під час оцінювання ефективності підприємницької діяльності слід враховувати специфічні особливості сфери господарювання [148]. Оцінку ефективності вони пропонують проводити за двома напрямками: а) використання ресурсів (трудових, фінансових, основних фондів, товарних запасів) та б) окремих видів господарської діяльності (за показниками співвідношення товарообороту і прибутку до витрат певного виду діяльності) [148].

З урахуванням проведеного аналізу в системі показників оцінки ефективності підприємницької діяльності доцільно виділити: 1) одиничні: абсолютні (розраховуються на базі балансу-нетто, скоригованого звіту про

фінансові результати, інших форм звітності) та відносні; 2) інтегральні (комплексні).

Результат оцінювання ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі втілюється в конкретних висновках про її стан, чинниках впливу, характері взаємин із стейкхолдерами. За результатами оцінки суб'єкт підприємницької діяльності повинен визначити напрямки управлінських дій, які забезпечать позитивні зрушення і сприятимуть розвитку підприємницької структури з урахуванням визначеної стратегії.

Висновки до розділу 1

Досліджено специфіку роздрібною торгівлі, яка через виконувани нею функції визначає особливості підприємницької діяльності суб'єктів господарювання в галузі, зокрема: зв'язок пропозиції товарів із пропозицією торговельних послуг; відносно низька частка необоротних та висока частка необоротних активів у загальній їх сумі; висока швидкість обороту капіталу; порівняно короткий життєвий цикл суб'єкта підприємницької діяльності; підвищена потреба у короткострокових кредитних коштах; одночасних вплив на формування асортиментної політики виробництва та формування споживчого попиту; різноманітні форми функціонування суб'єктів підприємницької діяльності; порівняно менший рівень механізації та автоматизації праці; специфіка формування доходів, витрат і прибутку; специфіка використання окремих показників у фінансовій звітності та оцінюванні ефективності діяльності; більша властивість підприємницькій діяльності в галузі комерційного ризику та ін.

Узагальнено типові та специфічні ознаки, за якими можна класифікувати підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі (юридичне оформлення, форма власності, спосіб утворення та формування статутного фонду, розмір суб'єкта підприємницької діяльності, національна належність, структура організації бізнесу; елементи підприємницької діяльності, форми

торгівлі, товарна спеціалізація, асортимент товарів; статус суб'єкта підприємницької діяльності, формат торгівлі, форми здійснення торговельної діяльності та організації торговельного процесу), що дозволяє надати їй розширену характеристику як самостійної, ініціативної, систематичної, на власний ризик економічної діяльності із забезпечення і управління торговельними процесами, спрямовану на задоволення потреб кінцевих споживачів у товарах і послугах шляхом надання торговельної послуги високої цінності та отримання на цій основі прибутку.

Обґрунтовано розгляд та оцінку ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі з урахуванням основних положень концепції стейкхолдерів та специфіки галузі за допомогою цільового, ресурсного, результативного і динамічного підходів. Основними стейкхолдерами підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі обрано суб'єкта підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, державу, споживачів, конкурентів, постачальників, фінансові установи. Вимоги та інтереси основних обраних груп стейкхолдерів до суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, а також дії самого суб'єкта підприємництва щодо конкретного стейкхолдера конкретизовано у відповідності до підходів до оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

Обґрунтовано концептуальні основи оцінки ефективності підприємницької діяльності, що конкретизовано у вигляді сукупності взаємопов'язаних елементів оцінки (суб'єкт, об'єкт, мета, методичні підходи, критерії, методи, показники), які дозволяють в оперативному режимі кожному окремому стейкхолдеру отримати об'єктивні результати та приймати адекватні сучасним реаліям тактичні і стратегічні управлінські рішення щодо розвитку підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, зокрема акцентовано увагу на необхідності проведення експрес- і комплексної оцінки ефективності.

Результати наукових (експериментальних) досліджень даного розділу наведено в таких публікаціях [73–77; 192; 220].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СПРИЯТЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТОРГІВЛІ

2.1. Аналіз сприятливості зовнішнього середовища розвитку підприємницької діяльності в торгівлі

В сучасних умовах впливу глобалізаційних процесів на розвиток національної економіки та постійного посилення гіперконкурентності бізнес-середовища дослідження чинників впливу набуває все більшої актуальності. Швидка динамічність економічних процесів в Україні відбивається у поглибленні та посиленні взаємозв'язків між суб'єктами господарювання та зовнішнім середовищем.

Суб'єкти підприємництва в торгівлі, порівняно з іншими галузями, функціонують в умовах інтенсивної конкуренції. Внаслідок цього чинники зовнішнього середовища мають значний вплив на розвиток підприємницької діяльності торговельних суб'єктів. Будь-яке суб'єкт господарювання, як відкрита соціально-економічна система, функціонує в певному середовищі та взаємодіє зі значною кількістю елементів. Саме тому ефективність підприємницької діяльності залежить від впливу широкого спектру чинників врахування взаємодії яких має визначальний аспект при прийнятті управлінських рішень.

Питанням дослідження, групування, класифікації, деталізації, галузевої специфікації та систематизації чинників впливу присвячено багато наукових публікацій таких видатних вчених як: П. Друкер, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури, Ф. Котлер, М. Портер, А.М. Гершун, Ю. Б.Іванов, А. А. Мазаракі, Н. М. Ушакова, О. М.Тищенко, В. С. Марцин, Г.А. Рижкова та інші.

Надбання результатів наукових досліджень, висвітлені у сучасній економічній літературі, дозволяють виділити дві основні групи чинників впливу, які у класичному розумінні прийнято поділяти в залежності від

макросередовища (зовнішні чинники, чинники зовнішнього оточення) та мікросередовища (внутрішні чинники, чинники внутрішнього оточення) функціонування об'єкта дослідження [104; 191]. При цьому найбільш розповсюдженим є поділ зовнішніх чинників на: демографічні, економічні, природні, технічні, політичні, культурні чинники; а в групу внутрішніх чинників відносять такі: постачальники, маркетингові посередники, споживачі (клієнти), конкуренти та контактні аудиторії [104]. «До категорії зовнішніх чинників належать політичні, науково-технічні, соціально-економічні та екологічні чинники. Таке трактування чинників носить макроекономічні риси» [33, с. 90].

Фахівці з менеджменту фактори зовнішнього середовища деталізують на чинники прямої дії (споживачі, конкуренти, постачальники, державні органи влади тощо) та непрямой дії (міжнародне оточення, науково-технічний прогрес, політичні й соціально-культурні події, стан економіки тощо) [72; 112; 134; 158].

Соціально-економічна роль і значення підприємництва в структурі ринкової економіки визначає підприємництво як важіль зміни структури економіки, «живильне середовище» для конкуренції, каталізатор економічного розвитку, чинник економії і раціонального використання ресурсів, сильний стимул до високоефективної праці. При цьому здійснювати підприємницьку діяльність доводиться за умов невизначеності, конфлікту, дії дестабілізуючих чинників та зумовленого ними ризику. Саме тому, вважаємо за необхідне зосередити дослідження на чинниках зовнішнього оточення, які в наслідок еволюційного розвитку даного напрямку, зазнали значної деталізації.

Так, Г.А. Рижкова зовнішнє середовище поділяє на зовнішнє мікросередовище господарюючого суб'єкта (клієнти, постачальники, посередники, конкуренти, банківські установи, державні установи) та макросередовище (економічна ситуація, державне регулювання, демографічна ситуація, політична система, податки, корупція) [166, с. 343].

Гершун А.М. для структурування зовнішнього середовища пропонує методику T.E.M.P.L.E.S (Technology, Economics, Market, Politics, Laws, Ecology,

Society) [53]. При цьому науковець наводить досить об'ємний перелік чинників: технології (нові інформаційні технології; нові стандарти обладнання; нові види виробів); економіка (темпи зростання галузей; динаміка розвитку ринку і його насиченість; рівень інфляції та безробіття; процентні ставки за кредит; інвестиційна та податкова політика; політика в області заробітної плати і цін; податкова база; економічна ситуація в регіоні; рівень доходів населення; темпи зростання економіки країни і галузі; зовнішньоторговельні бар'єри; митна політика); політика (політична ситуація в країні; стабільність; лояльність влади; протекціонізм в галузі; наявність адміністративних бар'єрів; систему охорони власності); законодавство (законодавчі та інші нормативні акти з питань трудових відносин; законодавчі та інші нормативні акти в сфері оподаткування та ін.); навколишнє середовище (законодавство в сфері екології; зв'язок технологій з екологічною безпекою та ін.); суспільство (демографічна ситуація в регіоні; статевовікова структура населення; середній рівень доходу і прожитковий мінімум; культурне середовище і моральні цінності, релігія; рівень освіти; чисельність та динаміка населення; стан народжуваності и смертності).

Оскільки зовнішнє середовище функціонування суб'єктів підприємництва в окремих галузях має свою специфіку, то особливої уваги заслуговують дослідження у яких науковці виокремлюють чинники з урахуванням галузевих особливостей роздрібної торгівлі та наводять деталізацію чинників.

Так, видатні вчені у сфері економіки торгівлі А. А. Мазаракі та Н. М. Ушакова виділяють такі чинники: етап життєвого циклу підприємницької структури, рівень кон'юнктури в економіці загалом, рівень інфляції, купівельна спроможність населення, господарське (й особливо податкове) законодавство, стан фінансового і валютного ринків, посилення конкуренції в галузі, посилення монополізму на ринку [124, с. 115]. В. С. Марцин серед чинників виділяє: обсяг і структура споживчого ринку, обсяг і структура пропозиції споживчих товарів, стан конкуренції на регіональному товарному ринку, державне регулювання торговельної діяльності, загальна макроекономічна ситуація у країні [129, с. 112-119]. В. В. Герасименко та А. М. Хижина до переліку зазначених раніше чинників

відносять ще й зміну рівня доходів населення, появу на ринку нових товарів і брендів, економічну кризу [52, с. 44].

З позиції концепції ринковоорієнтованого управління товарооборотом суб'єктів роздрібної торгівлі І.В. Височин виділяє зовнішнє та внутрішнє середовище їх діяльності. При цьому до зовнішнє середовище містить такі елементи: ринкова кон'юнктура, місткість ринку споживчих товарів, законодавча база, конкуренти, постачальники, інші зацікавлені особи, інфраструктура ринку споживчих товарів, ринкова частка суб'єкта. Внутрішнє середовище діяльності суб'єкта підприємництва: ресурсне забезпечення підприємства, формування системи продаж, узгодженість функціональних підрозділів, інструменти торговельного маркетингу [37].

Незважаючи на значну кількість досліджень чинників як зовнішнього так і внутрішнього середовища, у якому функціонують суб'єкта господарювання, основним проблемним питанням залишається виокремлення та групування чинників в залежності від концепції дослідження; відсутність чіткого зв'язку між теоретичними та практичними результатами досліджень впливу чинників.

На відміну від теоретичних положень та розробок сучасні прикладні науково-аналітичні дослідження дозволяють визначити інший погляд на систему чинників, які впливають на розвиток окремих галузей та країни в цілому. Серед найбільш представницьких є дослідження, що проводяться швейцарськими інститутами – Всесвітнім економічним форумом (World Economic Forum) і Міжнародним інститутом розвитку менеджменту (International Institute for Management Development), які щорічно публікують доповіді про конкурентоспроможність країн і відповідні рейтинги. Оскільки в основу покладено Індекс глобальної конкурентоспроможності, який являє собою комплексний інструмент оцінки мікро – і макроекономічних основ національної конкурентоспроможності, то вважаємо за необхідне розглянути складники оцінювання. При цьому представлений перелік показників можна розглядати як найбільш деталізовану систему чинників зовнішнього середовища функціонування суб'єктів підприємницької діяльності.

Індекс глобальної конкурентоспроможності поділено на три блока: базові вимоги, підсилювачі ефективності, фактори розвитку та інноваційного потенціалу, які в свою чергу містять складники згруповані у 12 складових конкурентоспроможності. Кожна складова, в свою чергу, об'єднує значну кількість змінних, які охоплюють головні аспекти (у межах складової) життєдіяльності країни в цілому.

За даними останнього звіту Всесвітнього економічного Форуму про глобальну конкурентоспроможність Україна у 2015 році посіла лише 79-е місце, 76-е місце у 2014 році і 84-е місце у 2013 році [146]. У 2016 році Україна значно погіршила свою позицію у рейтингу та зайняла 85-е місце серед 138 країн (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка рейтингу України з глобальної конкурентоспроможності

(складено автором на основі даних [146; 246–248])

Показник	2013 - 2014 рр.		2014- 2015 рр.		2015- 2016 рр.		2016- 2017 рр.	
	2013	2014	2014	2015	2015	2016	2016	2017
Кількість країн, які приймали участі в оцінюванні	148	144	↘	140	↘	138	↘	
Місце України у рейтингу глобальної конкурентоспроможності	84	76	↗	79	↘	85	↘	
Значення індексу глобальної конкурентоспроможності (з 7 можливих балів)	4,05	4,1	↗	4,03	↘	4,0	↘	
Базові вимоги (місце у рейтингу індексу глобальної конкурентоспроможності)	91	87	↗	101	↘	102	↘	
Підсилювачі ефективності (місце у рейтингу індексу глобальної конкурентоспроможності)	71	67	↗	65	↗	74	↘	
Фактори розвитку та інноваційного потенціалу (місце у рейтингу індексу глобальної конкурентоспроможності)	95	92	↗	72	↗	73	↘	

До блоку базових вимог індексу глобальної конкурентоспроможності

відносяться чотири складники: інституції, інфраструктура, макроекономічна стабільність, охорона здоров'я та початкова освіта (додаток А, табл. А.1).

Наступний блок – підсилювачі ефективності, до якого віднесено такі складники: вища освіта та професійна підготовка, ефективність ринку товарів, ефективність ринку праці, рівень розвитку фінансового ринку, технологічна готовність та розмір ринку (додаток А, табл. А.2).

Третій блок оцінки індексу глобальної конкурентоспроможності присвячений факторам розвитку та інноваційного потенціалу складається з двох складників: рівень розвитку бізнесу, інновації (додаток А, табл. А.3).

Суб'єкти підприємництва торгівлі, порівняно з іншими галузями, функціонують в умовах інтенсивної конкуренції. Внаслідок цього чинники середовища мають значний вплив на розвиток їх підприємницької діяльності.

Торгівельні суб'єкти як будь-яка складна соціально-економічна система мають певні властивості, які необхідно враховувати аналізуючи чинники зовнішнього оточення: динамічність економічних процесів, що відбивається у певних змінах параметрів та структури суб'єктів господарювання під впливом навколишнього середовища; неможливість ізолювання підприємницької діяльності від процесів у навколишньому середовищі.

Суб'єкти підприємництва роздрібною торгівлі функціонують під впливом багатьох чинників зовнішнього оточення, що значно ускладнює умови для ефективної підприємницької діяльності.

Крім цього згідно аналітичним звітом «Ведення бізнесу» (Doing Business), який оприлюднив Всесвітній банк (World Bank) разом із Міжнародною фінансовою корпорацією Україна посідає низьку позицію у рейтингу серед 189 країн за показниками створення сприятливих умов ведення бізнесу (табл. 2.2).

Незважаючи на позитивну тенденцію з покращення позиції України у рейтингу з легкості ведення бізнесу на протязі останніх років, все ж в порівнянні з основними країнами-сусідами Україна має досить низький рейтинг (рис. 2.1).

Динаміка рейтингу України за показниками створення сприятливих умов ведення бізнесу (складено автором на основі даних [251; 252])

Індикатори оцінки (параметри індикатору)	Рейтинг серед 189 країн світу			Динаміка розвитку	
	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2015 рік	2016 рік
Реєстрація підприємства (процедури, витрати часу та грошових коштів, норматив мінімального розміру капіталу)	47	76	30	-29↙	46↗
Отримання дозволу на будівництво (процедури, витрати часу та грошових коштів)	41	70	140	-29↙	-70↙
Підключення до системи електропостачання (процедури, витрати часу та грошових коштів)	172	185	137	-13↙	48↗
Реєстрація власності (процедури, витрати часу та грошових коштів)	97	59	61	38↗	-2↙
Кредитування (закони про заставу рухомого майна і системи кредитної інформації)	13	17	19	-4↙	-2↙
Захист інвесторів (Надання інформації та відповідальність по операціях з афілійованими сторонами)	128	109	88	19↗	21↗
Оподаткування (платежі, витрати часу та сумарна податкова ставка)	164	108	107	56↗	1↗
Міжнародна торгівля (документація, витрати часу та грошових коштів)	148	154	109	-6↙	45↗
Забезпечення виконання зобов'язань за контактами (процедури, витрати часу та грошових коштів у зв'язку з урегулюванням комерційних суперечок)	45	43	98	2↗	-55↙
Ліквідація підприємства (час, витрати, частка стягнення коштів)	162	142	141	20↗	1↗
Рейтинг	112	96	83	16↗	13↗

Така ситуація відбивається у основних тенденціях як економіки в цілому, так і в галузі роздрібної торгівлі. Аналіз сучасного стану та розвитку роздрібної

торгівлі доцільно починати з товарообороту, який можна розглядати як основний індикатор розвитку та результативності підприємницької діяльності у роздрібній торгівлі. «Товарооборот створює економічні передумови для отримання необхідного обсягу прибутку та створення цінності підприємства і має підпорядкований характер відносно них» [37, с. 37-38].

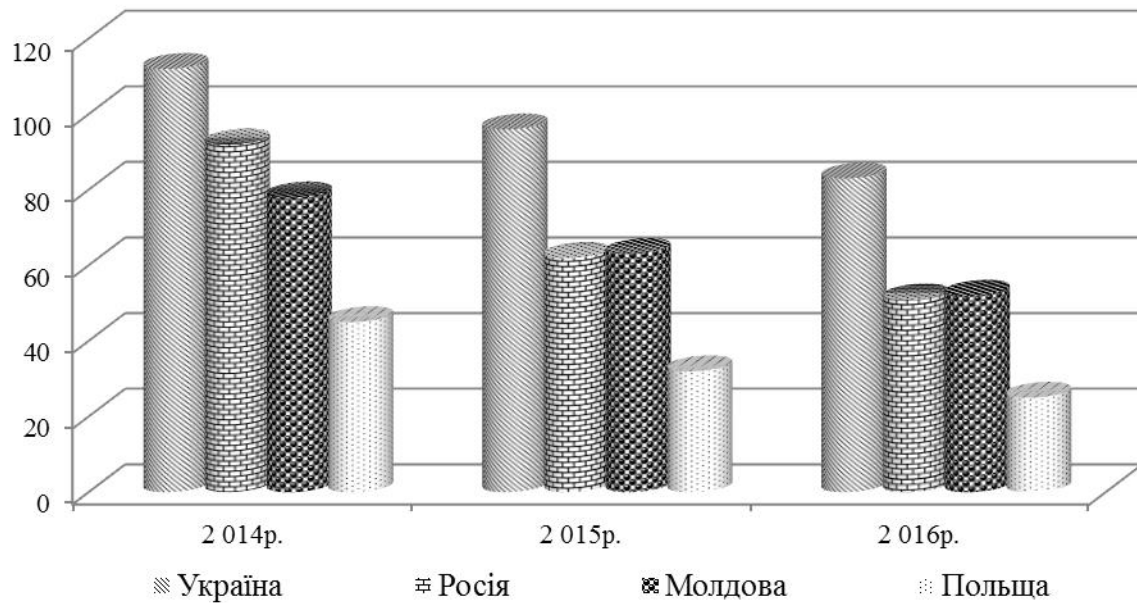


Рис. 2.1. Рейтинг країн за показниками створення сприятливих умов ведення бізнесу 2014-2016 рр. (побудовано автором на основі даних джерел [251; 252])

Динаміка роздрібногo товарообороту має постійну траєкторію зростання за виключенням незначного зниження 2009 року, однак темпи його зміни мають певні коливання (додаток Б, табл. Б.1). Так, за період 2011-2014 рр. спостерігається постійне зниження темпів роздрібногo товарообороту (з 124,62% у 2011 р. до 101,22% у 2014 р.), рівень якого зростає до 114,03% вже у 2016 році, однак його значення значно нижче ніж у 2011 р. Подібні тенденції відбивають значення темпів зміни кількості суб'єктів роздрібної торгівлі (додаток Б, табл. Б.1).

Розглядаючи розподіл роздрібного товарообороту в залежності від місцевості можна відзначити, що значно більша його частина припадає саме на міські поселення (додаток Б, табл. Б.1). В першу чергу це пов'язано зі значною міграцією населення з сільської місцевості до міської. При цьому темпи зростання роздрібного товарообороту у міських поселеннях та сільській місцевості мають однакове спрямування, що пов'язано із насиченням міст об'єктами роздрібної торгівлі, що посилює умови конкурентної боротьби у мережі роздрібної торгівлі.

«Сучасний стан вітчизняної роздрібної торгівлі характеризується розвитком нових об'єднань торговельних підприємств – торговельних мереж, які виступають каталізаторами прогресивних інноваційних процесів у сфері товарного обігу, а також дають змогу швидкому розвитку регіонів і цивілізованій конкуренції» [83, с. 147].

Перенасичення товарного ринку та коммідітизація (обезлічування) [197, с. 25] товарів призводить до жорсткої цінової конкуренції між постачальниками та роздрібною торгівлею. Відповідно динаміка кількості господарюючих суб'єктів мережі роздрібної торгівлі має стійку тенденцію до зниження протягом 2007-2015рр. Одним з основних інструментів боротьби з коммідітизацією став випуск продукції під власною торговельною маркою (Private labels).

Розглядаючи динаміку роздрібного товарообороту за регіональною ознакою можна відзначити постійне зростання (за винятком 2009 року) темпів зміни роздрібного товарообороту у всіх регіонах України (додаток Б, табл. Б.2-Б.4). Однак, недостатнє зростання даного показника у 2014-2016 рр. спричинене відсутністю даних Автономної Республіки Крим (середнє значення частки у структурі роздрібного товарообороту за 2007-2013 рр. складає 3,8%) та міста Севастополь (середнє значення частки у структурі роздрібного товарообороту за 2007-2013 рр. складає 1,15%). Крім цього, спостерігається значне зниження роздрібного товарообороту у Донецькій області, темп якого у 2013 р. дорівнював 103,95%, у 2014 р. – 70,63%, а в 2015 р. – 54,68%. Такі значення показників

відбивають наслідки політичного конфлікту який відбувається в Україні. На думку іноземних експертів останніми геополітичними потрясіннями, які мають вплив на глобальну економіку і її зростання, є криза в Україні, конфлікти на Близькому Сході, тероризм і криза мігрантів.

Так за даними звіту «Глобальний індекс тероризму» (The Global Terrorism Index) [249; 250], який оприлюднює Інститут економіки і світу (The Institute for Economics and Peace) спільно з Університетом Меріленда (University of Maryland) за 2013-2014 рр. Україна посідала 51 місце у рейтингу за рівнем тероризму, а вже у 2015 році значно погіршила свої позиції та опинилась на 12 місці.

Крім цього, політична криза країни та військовий конфлікт, що продовжується й досі, вимагає додаткового фінансування сфери оборони. Це відбивається у негативній динаміці розвитку української економіки за показником державного боргу. Тенденція до зростання державного боргу України простежується впродовж останніх років, її визначають високі валютні ризики зовнішньої заборгованості, нестабільна ситуація з рефінансуванням боргів попередніх років. Також, значна девальвація 2014-2015 років призвела до зростання тієї частини боргу, яка номінована в іноземній валюті. Протягом січня-грудня 2015 року сума державного та гарантованого державою боргу України у доларовому еквіваленті зменшилась на 4,3 млрд. дол. США, однак це лише незначна частка боргу, тому це суттєво не вплинуло на економічну ситуацію в Україні. Станом на 31 грудня 2016 року державний та гарантований державою борг України становив 1929,76 млрд. грн. або 70,97 млрд. дол. США.

Наслідком політичної нестабільності країни є значний стрибок рівня інфляції. Так, за даними Держкомстату [70] індекс інфляції в Україні складав у 2013 році – 100,5, у 2014 році підвищився до 124,9, а у 2015 р. становив 143,3. Незважаючи на те, що політичні чинники є групою зовнішнього оточення та здійснюють непрямий вплив на підприємницьку діяльність, все ж їх опосередкований вплив позначився на всіх сферах соціального та економічного життя країни в цілому та на розвитку торговельної галузі зокрема.

Про активний розвиток як економіки країни, так і її окремих галузей

свідчить динаміка інвестицій в основний капітал [80]. Результати аналізу обсягу капітальних інвестицій за видами економічної діяльності свідчать, що на торговельну сферу в цілому по Україні припадає незначна частка, яка має стійку тенденцію до зниження з 10,27% у 2010р. до 8,34% у 2016 р. (табл. 2.3). Приріст обсягу капітальних інвестицій у торговельну галузь за період 2010-2015 рр. складає 11,39%, при цьому значна його частка припадає саме на роздрібну торгівлю та дорівнює 9,86%. Однак у 2016 році спостерігається покращення інвестиційної активності про свідчить зростання обсягів капітальних інвестицій у торговельну галузь з 99,75% у 2015 році до 144,98% у 2016 році. При цьому обсяг капітальних інвестицій у роздрібну торгівлю стрибнув з 86,93% у 2015 році до 175,69% у 2016 році.

Таблиця 2.3

Динаміка обсягу капітальних інвестицій за видами економічної діяльності за 2010-2016 рр. (складено автором за [70; 200; 250])

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 ¹ р.	2015 ¹ р.	2016 ¹ р.
1	2	3	4	5	6	7	8
<i>Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності (усього)</i>							
– у млн. грн	180575,5	241286	273256	249873,4	219419,9	273116,4	359216,1
– у % до попереднього року*	-	133,6	113,2	91,4	87,8	124,5	131,5
– приріст капітальних інвестицій (усього) за період з 2010 по 2015р., %*						51,2	-
– приріст капітальних інвестицій (усього) за період з 2010 по 2016р., %*							98,9
<i>Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності (оптова та роздрібна торгівля)</i>							
– у млн. грн	18550,4	24067,9	24531,6	22190,3	20715,7	20662,9	29956,8
– у % до попереднього року*	-	129,74	101,93	90,46	93,35	99,75	144,98
– частка у загальному обсязі, %*	10,27	9,97	8,98	8,88	9,44	7,57	8,34
– приріст капітальних інвестицій за період з 2010 по 2015р., %*						11,39	-
– приріст капітальних інвестицій за період з 2010 по 2016р., %*							61,49
<i>Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності (роздрібна торгівля)</i>							

Продовж. табл. 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8
– у млн. грн	5150,3	6485,5	5912,5	5973,9	6509,0	5658,2	9941
– у % до попереднього року*	-	125,92	91,16	101,04	108,96	86,93	175,69
– частка у загальному обсязі, %*	2,85	2,69	2,16	2,39	2,97	2,07	2,77
– приріст капітальних інвестицій за період з 2010 по 2015р., %*						9,86	
– приріст капітальних інвестицій за період з 2010 по 2016р., %*							93,02
¹ Без урахування тимчасово окупованої території АР Крим і м. Севастополя, за 2014-2016 роки також без частини зони проведення антитерористичної операції.							
* – розраховано автором							

Відзначимо, що підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі значно залежить від платоспроможності населення.

«Основними рисами торговельних підприємницьких структур є динамічна інноваційність, соціальна спрямованість і самоорганізація в мінливому навколишньому середовищі, майнова й організаційно-структурна самостійність, орієнтація на задоволення купівельного попиту)» [83, с. 177].

Так, в Україні за останні роки спостерігається погіршення купівельної спроможності населення про що свідчить динаміка індексу фізичного обсягу роздрібногo товарообороту за період 2011-2015 рр. При цьому зміна даного показника є зворотним віддзеркаленням динаміки індексу споживчих цін (рис. 2.2). Однак у 2016 році ситуація дещо покращилась про що свідчить зниження індексу споживчих цін до 112,4% в порівнянні з 143,3% у 2015 році. Необхідно зазначити що даний показник мав досить позитивну тенденцію до зниження й у 2017 році. Так, за повідомленням Державної служби статистики України [70], індекс споживчих цін (індекс інфляції) у жовтні 2017 року порівняно з вереснем становив 101,2%, за період січень-жовтень 2017 року – 111,5%.

Про погіршення платоспроможності українського населення свідчить й рівень ВВП на душу населення (за період 2010-2015 рр.), який виступає паритетним індикатором купівельної спроможності.

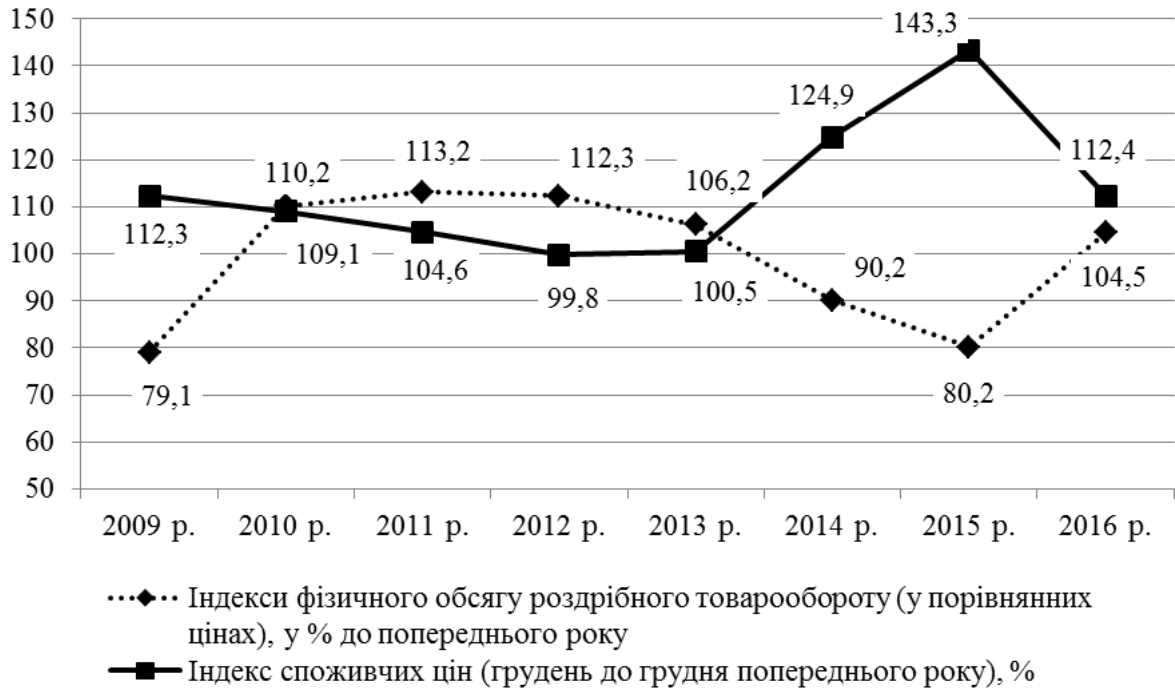


Рис. 2.2. Співставлення індексів фізичного обсягу роздрібного товарообороту та індексів споживчих цін за 2009-2016 рр.

Слід зазначити, що рівень ВВП на душу населення у національній валюті за період 2007-2015 рр. має щорічне зростання (за винятком 2009 р.). При цьому темпи зміни даного показника мають досить позитивну динаміку зростання. Однак, розглядаючи ВВП на душу населення у доларовому еквіваленті можна відзначити практично катастрофічне зниження до 2015 року включно (рис. 2.3).

Досить позитивна динаміка даного показника спостерігається вже у 2016 році. Однак, на думку багатьох експертів, подібна тенденція не відбиває позитивного спрямування української економіки. Так, доктор економічних наук Т.Є. Унковська зазначає: «Зростання валового внутрішнього продукту в 2016 році на рівні 2,2% – насправді є консервацією економічної кризи та відсталості, а не ознакою макроекономічної стабілізації» [201].

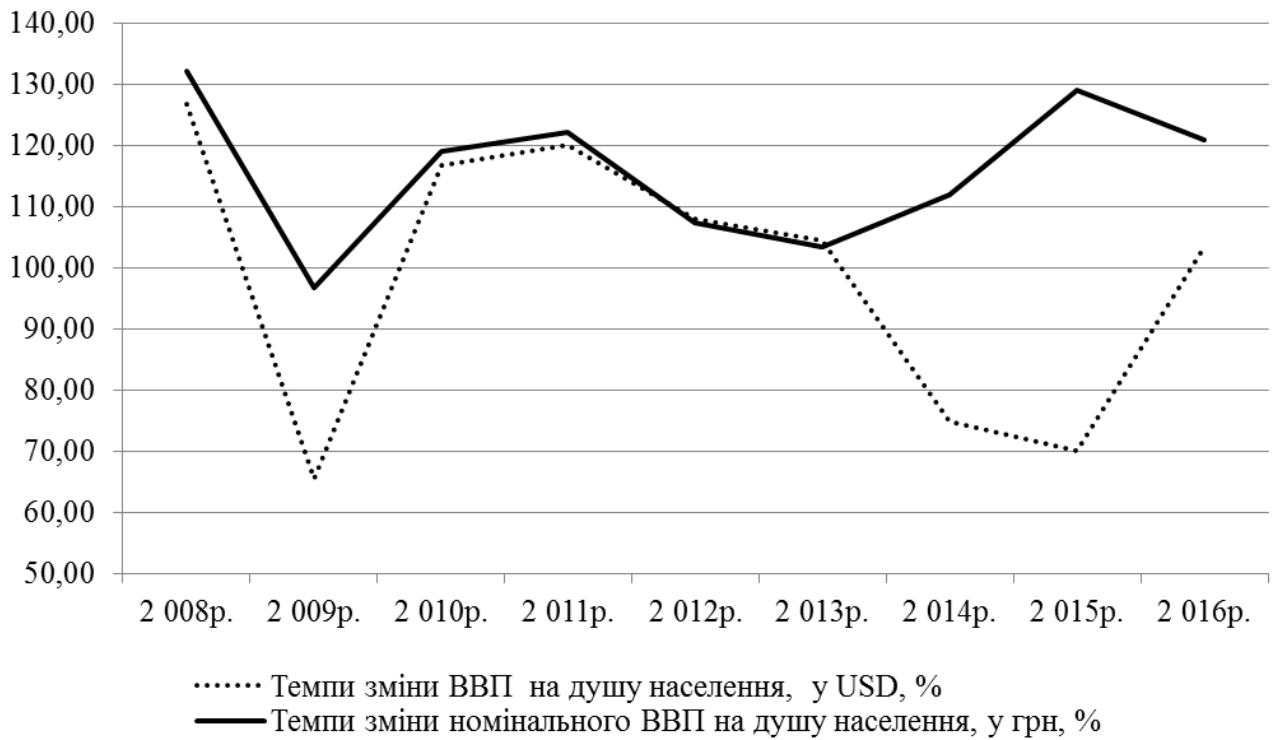


Рис. 2.3. Динаміка темпів зміни номінального ВВП на душу населення в національній валюті та доларовому еквіваленті за 2007-2016 рр.

Така ж сама тенденція спостерігається й за показником загального ВВП по Україні: щорічне зростання показника у національній валюті та різке зниження у доларовому еквіваленті до 2015 року включно (додаток В, табл. В.1). У 2016 році рівень ВВП у доларовому еквіваленті дещо збільшився, однак темпи його зростання незначні. Незважаючи на те, що темпи зміни ВВП є одним з основних індикаторів структурних трансформацій країни, реальна статистика України не відбиває реальної дійсності, створюючи ілюзію покращення економічного розвитку.

Ще одним індикатором, який в грошовому вираженні відображує платоспроможний купівельний попит населення є частина його грошових доходів призначена для придбання товарів (рис. 2.4) (додаток Г, табл. Г.1).

Слід зазначити, що у 2007 та 2008 рр. витрати на придбання товарів та послуг перевищує доходи населення. Це свідчить про можливість населення витратити заощадження минулих періодів, та відповідно про можливість накопичення доходів.

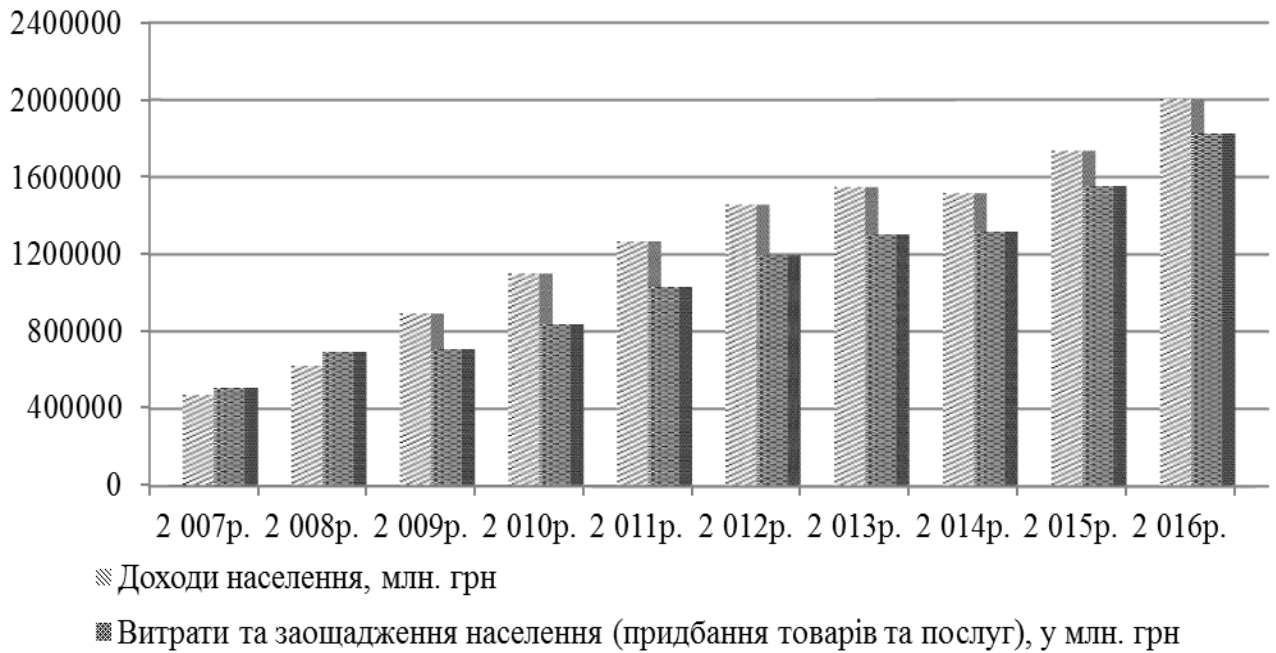


Рис. 2.4. Динаміка доходів населення та витрат на придбання товарів і послуг за 2007-2016 рр.

Однак з 2009 р. витрати на придбання товарів та послуг займають значну частку доходів населення, що відбиває негативні тенденції платоспроможності купівельного попиту внаслідок невідповідності номінальної заробітної плати її реальному рівню. Так, за даними видання «Вести» розмір заробітної плати в реальному та доларовому еквіваленті протягом 2015-2016 рр. знаходиться на рівні 2003-2004рр. [222].

Аналізуючи співставлення темпів зміни номінальної заробітної плати та індексу реальної заробітної плати можна зазначити зворотний зв'язок та суттєве погіршення платоспроможності населення (рис. 2.5). Проте у 2016 році спостерігається зростання як темпів зміни номінальної заробітної плати (123,6%), так й індексу реальної заробітної плати (109%).

Існуючі проблеми у діяльності суб'єктів сфери роздрібної торгівлі («...несучасний рівень торгово-технологічних процесів; відсутність зв'язку між розмірами та складом матеріально-технічної бази й обсягами та структурою попиту; асортимент та якість товарів, що недостатньо відповідають запитам

покупців. ...невідповідність між витратами й роздрібними цінами, між витратами й обсягами реалізації товарів» [39]) за останні роки значно посилюються унаслідок кризових явищ в економіці.

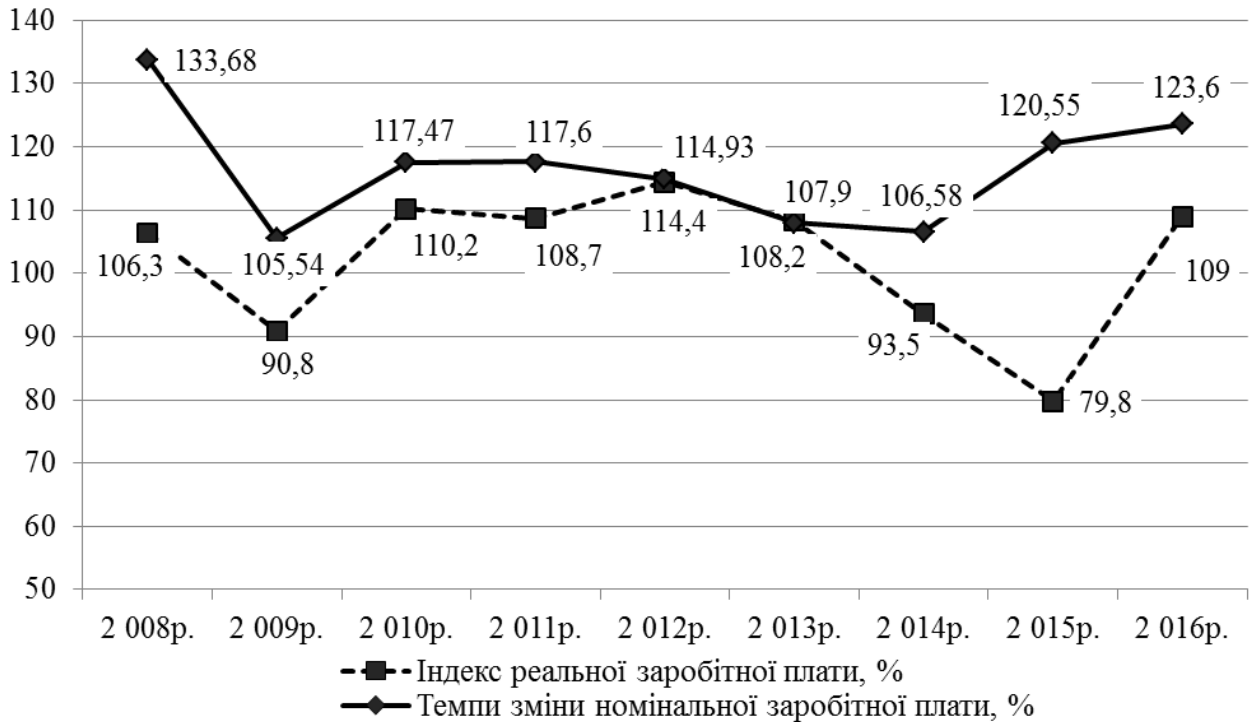


Рис. 2.5. Динаміка темпів зміни номінальної зарплати та індексу реальної зарплати населення за 2007-2016 рр.

Проведений аналіз даних офіційної статистики дає змогу зробити висновки, що у сфері торгівлі як в Україні наявні певні проблеми: зниження темпів зміни роздрібногo товарообороту; зростання ринкової концентрації роздрібногo торгівлі; зниження платоспроможного купівельного попиту; стрімке зростання індексу споживчих цін; негативні наслідки військового конфлікту.

Все це впливає на можливість існування, розвитку та ефективного функціонування суб'єкта підприємництва роздрібногo торгівлі, а наслідком є значна частка збиткових суб'єктів у галузі (рис. 2.6).

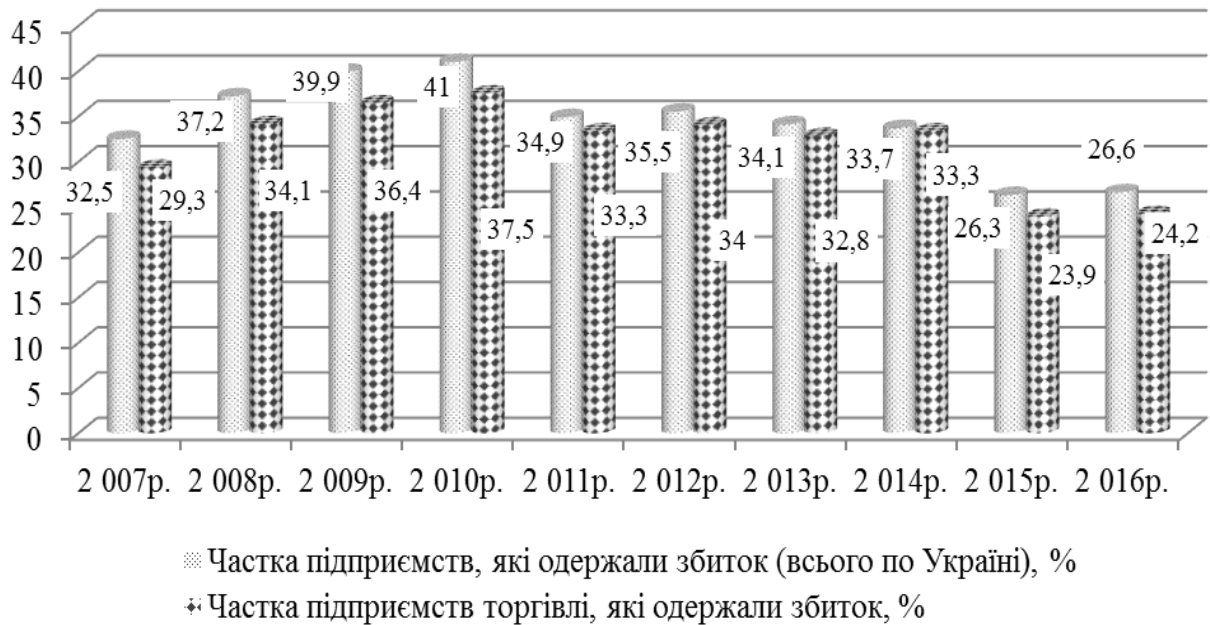


Рис. 2.6. Частка збиткових підприємств по Україні та у торгівлі, %

За даними офіційної статистики [70], протягом 2007-2010 рр. зростала частка збиткових підприємств України, а вже з 2011 р. спостерігається поступове її зниження. При цьому за період 2007-2010 рр. динаміка збиткових підприємств у сфері торгівлі відбиває загальну тенденцію по Україні. Проте з 2011 р. частка збиткових торговельних підприємств має постійні коливання: зниження у 2011р. до 33,3%; зростання у 2012 р. до 34%; зниження у 2013 р. до 32,8%; зростання у 2014 р. до 33,3%, зниження у 2015 р. до 23,9% та зростання у 2016 р. до 24,2%. Такі стабільні коливання можна пояснити тим, що фінансовий результат звітного року залежить від результатів діяльності в попередньому році.

У результаті аналітичного дослідження можна зробити висновок, що в цілому торговельна галузь України має позитивну динаміку розвитку. Збільшення обсягів роздрібного товарообороту дає додатковий поштовх у розвитку економіки країни в цілому. Однак перманентна політична нестабільність України призводить до дестабілізації роботи всіх соціально-економічних систем, що відбивається й на динаміці стану та розвитку підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі України.

2.2. Графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі

Рівень ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі значною мірою залежить від зовнішнього середовища та інтенсивності його впливу. Для встановлення сили цього впливу виникає необхідність прикладних досліджень щодо кількісної оцінки впливу чинників [219]. Загальна технологія оцінки інтенсивності впливу чинників зовнішнього середовища на підприємницьку діяльність у сфері роздрібною торгівлі наведена на рисунку 2.7.

Визначення зовнішніх чинників впливу повинно ґрунтуватися на певних правилах в залежності від об'єкту дослідження:

1. Врахування галузевих особливостей об'єкту дослідження як під час виокремлення чинників впливу так і при визначенні результуючого показника. У якості результуючого (залежного) показника було обрано роздрібний товарооборот, який за своїм сутнісно-економічним значенням визначає паритетність ефективності підприємницької діяльності у роздрібній торгівлі.

2. Виокремлення чинників, які мають найбільший вплив на результуючий показник, традиційно здійснюється за допомогою кореляційного аналізу. Коефіцієнт кореляції визначається за формулою:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X}) \times (Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \times \sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}}, \quad (2.1)$$

де X_i , Y_i – числові значення величин, між якими встановлюється кореляційний зв'язок;

X , Y – їх середні арифметичні значення величин.

Для незалежних величин $r=0$, для функціональних залежностей $r=\pm 1$.

Якщо зростання X приводить до зростання Y , то r – додатне, якщо до зменшення – то r – від'ємне.

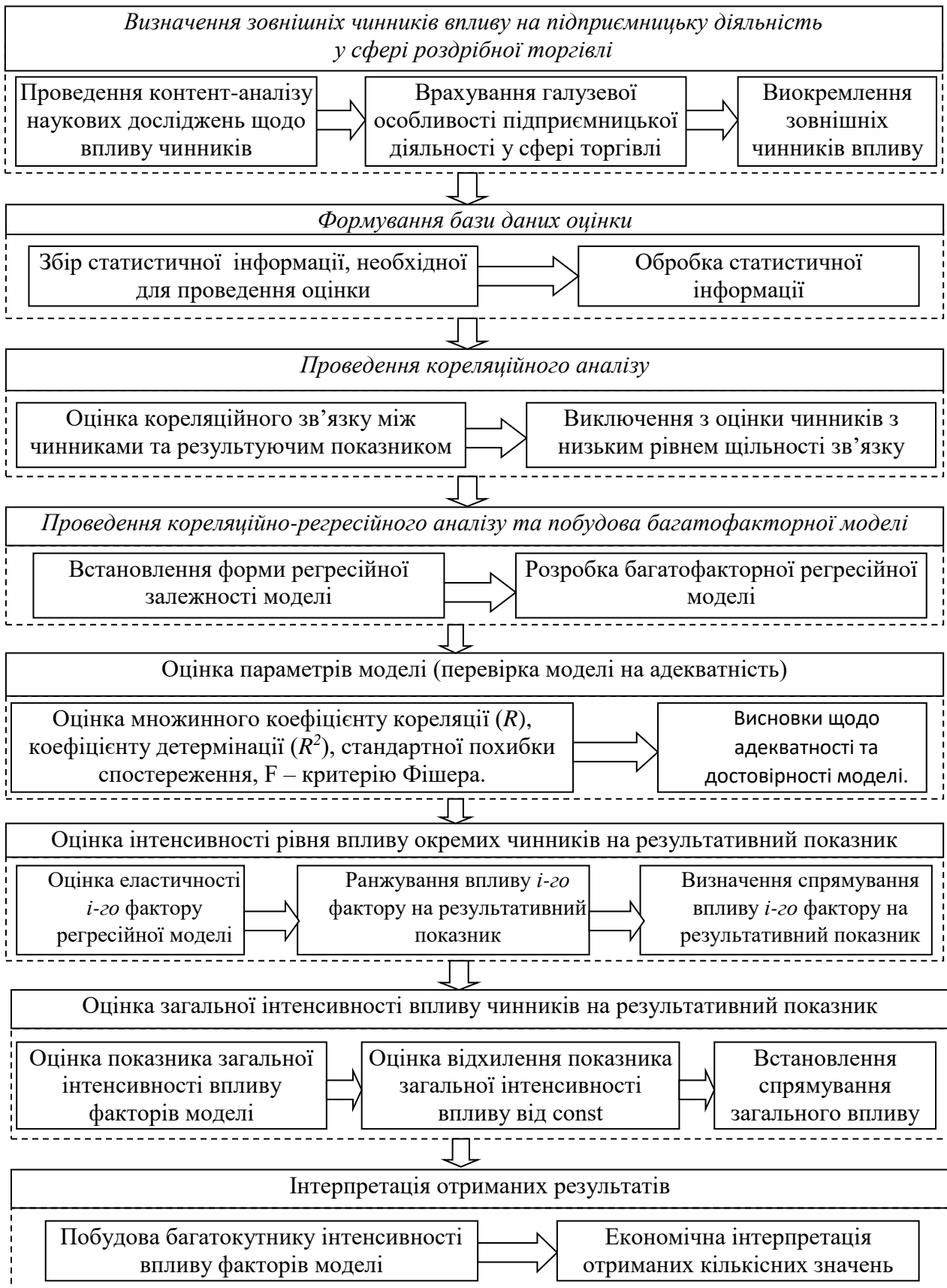


Рис. 2.7. Технологія оцінки інтенсивності впливу чинників зовнішнього середовища на підприємницьку діяльність у сфері роздрібної торгівлі (розроблено автором)

Кореляційна залежність виникає тоді, коли одна з величин залежить не тільки від заданої другої, а й від деяких випадкових факторів. Зазначимо, що кореляція являє собою статистичну залежність між величинами, яка може не мати як строго функціонального характеру, так і змістового зв'язку. Саме тому виокремлення чинників доцільно проводити за сутнісно-змістовим критерієм за допомогою коефіцієнта кореляції.

3. Сукупність чинників повинна виключати дублювання показників, які за своїм економічним значенням мають рівнозначну характеристику.

На основі проведеного теоретичного контент-аналізу існуючих наукових робіт щодо визначення зовнішніх чинників впливу на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі а також наявну методологічну базу статистичної інформації з метою виявлення рівня інтенсивності впливу доцільно враховувати такі чинники.

1. Політичні чинники – мають опосередкований вплив на роздрібну торгівлю, який відбивається у зміні основних економічних показників. При цьому найбільш розповсюдженим чинником макроекономічного розвитку підприємницької діяльності є: E_1 – ВВП на душу населення у національній валюті; E_2 – ВВП на душу населення у доларовому еквіваленті. Однак, проведений кореляційний аналіз свідчить, що найбільш щільніший зв'язок з результируючим фактором має саме E_1 ($r= 0,96$) на відміну від E_2 ($-0,024$).

2. Соціально-економічні чинники – мають найвагоміше значення для розвитку будь-якої галузі і для роздрібно торгівлі зокрема. Серед значної кількості чинників даної групи, які характеризують розвиток галузі роздрібно торгівлі доцільно проаналізувати такі: E_3 – наявність об'єктів роздрібно торгівлі підприємств (юридичних осіб) на кінець року ($r= -0,8876$); E_4 – капітальні інвестиції у діяльність підприємств роздрібно торгівлі ($r= -0,54$); E_5 – індекс споживчих цін ($r=0,19$); E_6 – індекс фізичного обсягу роздрібно товарообороту ($r=-0,47$).

До чинників, які характеризують рівень доходів населення віднесено: E_7 – доходи населення ($r=0,971$); E_8 – витрати населення на придбання товарів та

послуг($r=0,996$); E_9 – номінальна заробітна плата ($r=0,985$); E_{10} – індекс реальної заробітної плати ($r=0,40$).

Група демографічних чинників містить: E_{11} – наявне населення ($r=-0,78$); E_{12} – економічно активне населення($r=-0,69$).

До науково-технічних (інноваційних) чинників віднесено E_{13} – фінансування витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт за галузями наук (економічні науки) ($r=0,38$).

Проведена оцінка кореляційного зв'язку між обраними чинниками та факторним критерієм дозволяє зробити висновок, що: чинники $E_1, E_3, E_7, E_8, E_9, E_{11}$ мають сильний вплив (щільний зв'язок) на роздрібний товарооборот; чинники E_4, E_6, E_{10}, E_{12} помірно впливають на результуючий показник; чинник E_2, E_3, E_5 мають слабкий вплив на роздрібний товарооборот.

З метою отримання багатофакторної моделі, яка би з високою достовірністю та адекватністю описувала залежність результуючого показника від чинників зовнішнього середовища, за незалежні показники було обрано ті, які мають щільний зв'язок.

Наступним етапом визначення інтенсивності впливу зовнішніх чинників є проведення кореляційно-регресійного аналізу та побудова багатофакторної моделі. Основна мета регресійного аналізу полягає у визначенні зв'язку між деякою характеристикою Y досліджуваного об'єкту та величинами X_1, X_2, \dots, X_n , які обумовлюють та пояснюють зміни Y . При цьому змінна Y є залежною характеристикою, а змінні X_1, X_2, \dots, X_n є факторами впливу (регресорами).

Основними завданнями під час проведення регресійного аналізу є:

- встановлення форми залежності,
- підбір моделі (рівняння) регресії;
- оцінка параметрів моделі (перевірка адекватності моделі).

Залежно від типу обраного рівняння розрізняють лінійну і нелінійну регресію (в останньому випадку можливе подальше уточнення: квадратична, експоненціальна, логарифмічна, тощо).

Залежно від числа взаємопов'язаних ознак розрізняють парну і множинну

регресію. Якщо досліджується зв'язок між двома ознаками (результативним і факторним), то регресія називається парною, якщо між трьома і більше ознаками – множинною (багатофакторною) регресією.

Оскільки кількість факторів впливу на Y дорівнює восьми, то модель буде мати вигляд багатофакторної регресії.

Наступним кроком є визначення виду залежності між змінними рівняння. Багатофакторні економетричні моделі можуть мати такі види залежності [122]:

1. Лінійна залежність:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_mx_m; \quad (2.2)$$

2. Параболічна залежність:

$$y = a_0 + a_1x_1^2 + a_2x_2^2 + \dots + a_mx_m^2; \quad (2.3)$$

3. Гіперболічна залежність:

$$y = a_0 + \frac{a_1}{x_1} + \frac{a_2}{x_2} + \dots + \frac{a_m}{x_m}; \quad (2.4)$$

4. Степенева залежність:

$$y = a_0x_1^{a_1}x_2^{a_2}\dots x_m^{a_m}. \quad (2.5)$$

де y – залежна змінна, а саме – роздрібний товарооборот;

x_1, x_2, \dots, x_m – незалежні змінні (фактори впливу на роздрібний товарооборот);

$a_0, a_1, a_2, \dots, a_m$ – невідомі константи або коефіцієнти;

e – неспостережувані випадкові величини або похибки спостереження.

Проведений аналіз характеристик та відмінностей наведених залежностей дає можливість зробити висновок про те, що найбільш прийнятною є лінійна залежність.

На основі проведення кореляційно-регресійного аналізу було побудовано багатофакторну модель, яка має таку залежність:

$$Y = -1350,89 + 3,73X_1 + 1,38X_2 + 0,11X_3 + 0,0002X_4 + 0,029X_5 + 0,026X_6, \quad (2.6)$$

де Y – роздрібний товарооборот;

X_1 – ВВП на душу населення у національній валюті;

X_2 – наявність об'єктів роздрібної торгівлі;

X_3 – індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту;

X_4 – витрати населення на придбання товарів та послуг;

X_5 – номінальна заробітна плата;

X_6 – наявне населення.

Обов'язковою умовою застосування кореляційно-регресійного аналізу є перевірка моделі на адекватність, яка здійснюється за допомогою таких характеристик: коефіцієнт детермінації, коефіцієнт кореляції; F – критерій Фішера [60; 179].

Перш ніж стверджувати про достовірність отриманих результатів, необхідно провести аналіз адекватності розроблених моделей.

1. Множинний коефіцієнт кореляції (R) – виражає тісноту зв'язку між залежними та незалежними змінними та розраховується за формулою:

$$R_{yx_1x_2\dots x_n} = \sqrt{1 - \frac{\sum (y_i - \bar{y}_i)^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2}}. \quad (2.7)$$

Чим ближче значення R до одиниці, тим тісніше зв'язок результативного показника з сукупністю досліджуваних факторів.

2. Коефіцієнт детермінації (R^2) – показує долю впливу комбінації незалежних змінних на залежну змінну та визначається за формулою:

$$R^2 = \frac{\sum (y_i - \bar{y}_i)^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2}. \quad (2.8)$$

Чим ближче значення коефіцієнта детермінації до одиниці, тим краще регресійна модель описує та пояснює динаміку значень результатного показника.

3. Нормований R – квадрат (R^2) – враховує зв'язок кількості результатів спостережень і незалежних змінних та забезпечує інформацію про те, яке

значення R^2 могло б бути отримано в значно більшому наборі даних, ніж аналізований:

$$\bar{R}^2 = 1 - (1 - R^2) \frac{m-1}{m-p-1} = \frac{m-1}{m-p-1} R^2 - \frac{p}{m-p-1} = R^2 - \frac{p}{m-p-1} (1 - R^2), \quad (2.9)$$

де m – кількість спостережень;

p – кількість незалежних змінних.

При зростанні p збільшиться відношення $p/(m-p-1)$ та, відповідно, зростає розмір коректування коефіцієнту R^2 у бік зменшення.

4. Стандартна похибка спостереження s_e характеризує варіацію залишкових величин:

$$s_e = \sqrt{\frac{\sum e(t)^2}{m-p-1}}, \quad (2.10)$$

де $e(t)^2$ – сума квадратів рівнів залишкової компоненти;

p – кількість факторів, що включено в модель.

Перевірка якості багатофакторної регресійної моделі свідчить про її адекватність? оскільки множинний коефіцієнт кореляції (R) дорівнює 0,999, коефіцієнт детермінації (R^2) складає 0,999, нормований R^2 – 0,999.

Слід відмітити, що крім наведених значень, важливе значення має F – критерій Фішера. Під час проведення кореляційно-регресійного аналізу рівень довіри був встановлений у розмірі 95%, що залишає на помилку лише 5%. Крім того «Значимість F » для регресійної моделі значно нижча за 0,05, а це свідчить про те, що побудована залежність відповідає реальній дійсності.

Таким чином, наведена модель відображає тісний зв'язок між досліджуваним показником та обраними параметрами моделі. Це також підтверджується графічним методом співставлення фактичних і розрахованих значень моделі, які майже повністю співпадають (рис. 2.8).



Рис. 2.8. Графічне співставлення фактичних значень роздрібного товарообороту та значень, розрахованих за допомогою регресійної моделі

Зауважимо, що такий підхід використання багатофакторного економетричного рівняння (формула (2.6)) дозволяє отримати прогностичні значення розвитку роздрібної торгівлі. При цьому важливим аспектом є можливість кількісного визначення сили впливу на результативний показник кожного з факторів моделі, що дозволяє достовірно інтерпретувати отриману інформацію.

Саме тому пропонується визначати рівень інтенсивності впливу за допомогою середніх за сукупністю показників еластичності, які для багатофакторної лінійної регресійної моделі мають такий вигляд [121]:

$$\bar{El}_i = a_i * \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}}, \quad (2.11)$$

де \bar{El}_i – еластичність i -го фактора регресійної моделі;

\bar{X}_i – середнє значення i -го фактора регресійної моделі;

\bar{Y} – середнє значення результуючого показника регресійної моделі;

a_i – невідома константа (коефіцієнт) i -го фактора регресійної моделі.

Коефіцієнт еластичності дозволяє визначити на скільки відсотків зміниться значення результативного показника при зміні значення незалежного фактору на один відсоток.

При цьому важливим є визначення зв'язку між показниками:

– якщо $\bar{El}_i > 0$, то X_i має прямий вплив на Y , тобто при зростанні X_i значення Y також буде збільшуватись;

– якщо $\bar{El}_i < 0$, то X_i має зворотній вплив на Y , тобто при зростанні X_i значення Y буде знижуватись.

Результати проведених розрахунків за формулою (2.11) наведено в табл. 2.4. Середні показники еластичності дозволяють проводити ранжування їх впливу на результативний показник. Зазначимо, що найбільший вплив на зміну роздрібного товарообороту має X_6 , а найбільший негативний вплив, що сприяє зменшенню роздрібного товарообороту, має X_3 .

Таблиця 2.4

Розрахунок еластичності факторів регресійної моделі

	Y	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6
\bar{Y}	338,6						
\bar{X}_i		28,1	61,8	104,2	1016928,9	2655,7	45605,1
a_i		3,73	1,38	0,11	0,0002	0,029	0,026
\bar{El}_i		0,310	0,252	0,033	0,705	0,224	3,467
Спрямування впливу i -го фактора на Y		↗	↗	↗	↗	↗	↗
↗ – свідчить про прямий вплив i -го фактора на Y . ↖ – свідчить про зворотній зв'язок i -го фактора та Y .							

Визначення впливу окремого чинника має часткове методичне значення,

однак неоднозначним є визначення методу встановлення впливу одночасно всіх факторів моделі.

Оскільки регресійна модель складається з шести факторів, то визначати їх вплив пропонуємо за допомогою площі багатокутника, в якому кількість вершин і сторін дорівнює кількості факторів. При цьому значення інтенсивності впливу фактора (довжина радіусу кола, який описує правильний багатокутник із відповідною вершиною) дорівнює значенню:

$$I_{X_i} = 1 + \bar{E}л(X_i), \dots\dots\dots(2.12)$$

де I_{X_i} – кількісне значення інтенсивності впливу фактора X_i ;

$\bar{E}л(X_i)$ – значення середньої еластичності фактора X_i , який кількісно характеризує вплив X_i на результативне значення Y , тобто показує на скільки відсотків зміниться Y при зміні X_i на один відсоток.

Якщо $\bar{E}л(X_i) > 0$, то значення $I_{X_i} > 1$; якщо $\bar{E}л(X_i) < 0$, то значення $I_{X_i} < 1$.

Площу такого багатокутника запропоновано визначати як суму площ трикутників за двома векторами та кута між ними. У загальному вигляді площа трикутника визначається за формулою:

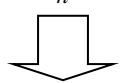
$$S = \frac{1}{2} \times a \times b \times \sin \gamma, \quad (2.13)$$

де S – площа трикутника;

a, b – довжина сторін (векторів) трикутника;

$\sin \gamma$ – синус кута між сторонами a, b .

Ураховуючи те, що кількість факторів впливу дорівнює шести, то кут трикутника дорівнює 60° . Оскільки кількість факторів дорівнює кількості створених трикутників, то формула (2.13) набуває такого вигляду:

$$S = \sum_n^{i=1} S_i,$$


$$\left\{ \begin{array}{l} S_1 = \frac{1}{2} I_{X1} I_{X2} \sin 60^\circ; \quad S_2 = \frac{1}{2} I_{X2} I_{X3} \sin 60^\circ; \\ S_3 = \frac{1}{2} I_{X3} I_{X4} \sin 60^\circ; \quad S_4 = \frac{1}{2} I_{X4} I_{X5} \sin 60^\circ; \\ S_5 = \frac{1}{2} I_{X5} I_{X6} \sin 60^\circ; \quad S_6 = \frac{1}{2} I_{X6} I_{X1} \sin 60^\circ. \end{array} \right\}, \quad (2.14)$$

де S – показник загальної інтенсивності впливу факторів моделі (площа багатокутника, яка характеризує сукупний рівень впливу);

I_{Xi} – кількісне значення інтенсивності впливу фактора X_i .

У процесі математичних перетворень формула (2.6) набуває вигляду:

$$S = \frac{1}{2} \sin 60^\circ (I_{X1} I_{X2} + I_{X2} I_{X3} + I_{X3} I_{X4} + I_{X4} I_{X5} + I_{X5} I_{X6} + I_{X6} I_{X1}). \quad (2.15)$$

При цьому, за умови відсутності впливу всіх чинників, значення I_{Xi} буде дорівнювати 1, а $S_0=2,598$. Це значення є константою, порівняння з якою дозволяє зробити висновок про загальний позитивний/негативний вплив чинників:

$$\Delta S = S - S_0 = S - 2,598(const), \quad (2.16)$$

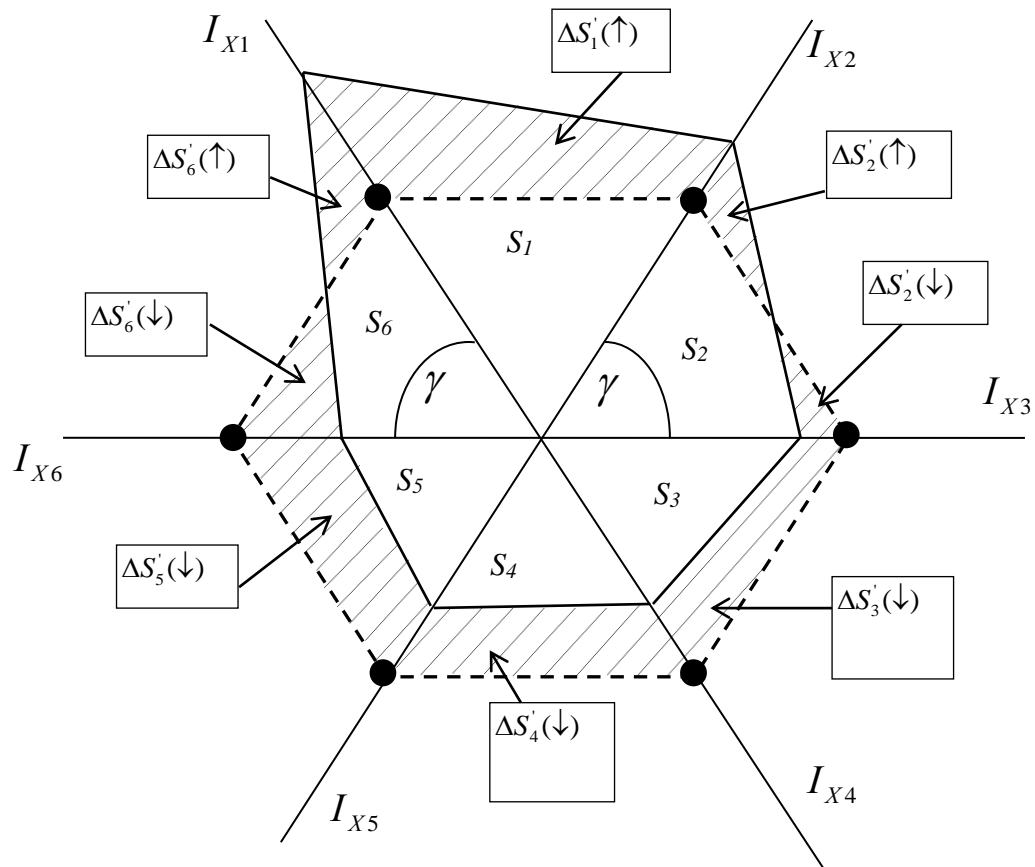
$$\left\{ \begin{array}{l} \text{якщо } S > const \Rightarrow \Delta S > 0 \Rightarrow \text{сукупний вплив чинників є позитивним;} \\ \text{якщо } S < const \Rightarrow \Delta S < 0 \Rightarrow \text{сукупний вплив чинників є негативним.} \end{array} \right\}.$$

При цьому площа відхилення $\Delta S'_i$, яка визначає відстань від S_i , може мати два спрямування:

– позитивно впливати на зміну результативного показника $\Delta S'_i(\uparrow)$, що відбувається при умові, якщо $I_{Xi} > 1$;

– негативно впливати $\Delta S'_i(\downarrow)$, якщо $I_{Xi} < 1$.

Такий методичний підхід дозволяє визначити інтенсивність впливу сукупності чинників навіть за умов різної їх спрямованості. Тобто за умови коли декілька чинників мають позитивний вплив, а деякі – негативний. Графічно такий багатокутник представлено на рис. 2.9.




- – точка у якій значення $I_{Xi} = 1$;
- – контур, що описує площу S_0 ;
- – контур, що описує площу S .
-  – площа відхилення $\Delta S'_i$, яка показує відхилення рівня інтенсивності впливу чинників від S_i ;

Рис. 2.9. Графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу чинників на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі

Застосування представленого методичного підходу дозволяє визначити інтенсивність впливу як окремого чинника на зміну роздрібно товарообороту,

так і впливу всієї сукупності чинників, що відбиває загальні тенденції результуючого показника.

Для апробації та математичного підтвердження достовірності представленого методичного підходу проведено розрахунки за період з 2007 до 2016 року.

Початковим етапом застосування запропонованого методичного підходу є проміжні розрахунки за розробленою багатофакторною моделлю (формула (2.6)) – визначення приросту значення кожного з чинників у відповідному році та впливу чинників з урахуванням еластичності факторів регресійної моделі (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Результати розрахунку впливу чинників з урахуванням еластичності факторів регресійної моделі

Рік	Приріст значення чинників (до попереднього року), %						Вплив чинників із урахуванням еластичності факторів регресійної моделі (E_{l_i}), %					
	ΔX_1	ΔX_2	ΔX_3	ΔX_4	ΔX_5	ΔX_6	E_{l_1}	E_{l_2}	E_{l_3}	E_{l_4}	E_{l_5}	E_{l_6}
2008	32,26	-3,76	-9,42	36,52	33,68	-0,59	10,20	-0,91	-0,30	25,98	7,69	-1,96
2009	-3,23	-5,64	-32,57	1,93	5,54	-0,49	-1,01	-2,20	-1,69	1,29	1,17	-2,42
2010	19,00	-0,77	39,32	18,22	17,47	-0,39	6,11	-0,30	1,46	13,18	4,13	-2,02
2011	22,09	-0,93	2,72	22,96	17,60	-0,40	6,92	-0,29	0,12	16,07	4,00	-1,69
2012	7,28	-3,12	-0,80	15,93	14,93	-0,32	2,23	-0,79	-0,03	11,00	3,20	-1,07
2013	3,48	-3,86	-5,43	9,14	7,90	-0,18	0,99	-0,82	-0,16	6,32	1,68	-0,51
2014	12,02	-17,04	-15,07	0,98	6,58	-0,28	3,31	-3,24	-0,40	0,69	1,42	-0,75
2015	28,96	-0,022	-11,09	18,00	20,55	-5,50	8,82	0,00	-0,25	12,68	4,65	-14,66
2016	20,87	-0,607	30,30	17,45	23,55	-0,39	7,37	-0,09	0,54	13,04	5,78	-0,89

Наступним кроком є визначення кількісного значення інтенсивності впливу кожного з факторів моделі за формулою (2.12). При цьому, зауважимо, що I_{X_i} є коефіцієнтним показником на відміну від значення середньої еластичності фактора X_i , отже його необхідно математично привести до відповідного вигляду. Крім цього, визначимо інтенсивність впливу сукупності

чинників (S) та відповідно площу відхилення $\Delta S'_i$ (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Інтенсивність впливу чинників на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі за графоаналітичним методом оцінки

Рік	Кількісне значення інтенсивності впливу чинника, I_{Xi} (у коеф.)						S	ΔS	$\Delta S'_i$	$T_i(Y)$
	ΔX_1	ΔX_2	ΔX_3	ΔX_4	ΔX_5	ΔX_6				
2008	1,102	0,991	0,997	1,260	1,077	0,980	2,957	0,359	(↑)	1,368
2009	0,990	0,978	0,983	1,013	1,012	0,976	2,556	-0,042	(↓)	0,942
2010	1,061	0,997	1,015	1,132	1,041	0,980	2,796	0,198	(↑)	1,222
2011	1,069	0,997	1,001	1,161	1,040	0,983	2,818	0,219	(↑)	1,246
2012	1,022	0,992	1,000	1,110	1,032	0,989	2,725	0,127	(↑)	1,157
2013	1,010	0,992	0,998	1,063	1,017	0,995	2,663	0,065	(↑)	1,069
2014	1,033	0,968	0,996	1,007	1,014	0,992	2,606	0,008	(↑)	1,012
2015	1,088	1,000	0,998	1,127	1,047	0,853	2,689	0,091	(↑)	1,112
2016	1,074	0,999	1,005	1,130	1,058	0,991	2,824	0,226	(↑)	1,140

$T_i(Y)$ – темпи зміни роздрібногo товарообороту (до попереднього року)

За даними таблиці 2.6 можна зробити висновки, що в 2009 р. інтенсивність впливу сукупності чинників регресійної моделі сприяла зниженню роздрібногo товарообороту. Такі ж тенденції підтверджує й темп роздрібногo товарообороту, який у 2009 р. дорівнював 0,942. При цьому загальна негативна інтенсивність впливу перевищувала позитивну, оскільки $\Delta S < 0$.

Інші роки характеризуються зростанням U під впливом сукупності чинників. Найбільший позитивний вплив, що привів до зростання роздрібногo товарообороту у 2014 р., спричинило зростання ВВП на душу населення, збільшення витрат населення на придбання товарів і послуг, підвищення номінальної заробітної плати. Негативно вплинуло на роздрібний товарооборот зниження кількості об'єктів роздрібної торгівлі, погіршення індексу фізичного обсягу роздрібногo товарообороту та зменшення кількості наявного населення.

При цьому загальна позитивна інтенсивність впливу перевищувала негативну, оскільки $\Delta S > 0$.

У 2015 р. зростанню роздрібного товарообороту сприяло зростання ВВП на душу населення, збільшення витрат населення на придбання товарів і послуг та підвищення номінальної заробітної плати. При цьому серед негативного впливу можна відзначити лише погіршення індексу фізичного обсягу роздрібного товарообороту та зменшення кількості наявного населення. Зауважимо, що незначна зміна кількості об'єктів роздрібної торгівлі не спричинила змін у динаміці роздрібного товарообороту. При цьому загальна позитивна інтенсивність впливу перевищувала негативну, оскільки $\Delta S > 0$.

Результати оцінки графічно представлено на рис. 2.10.

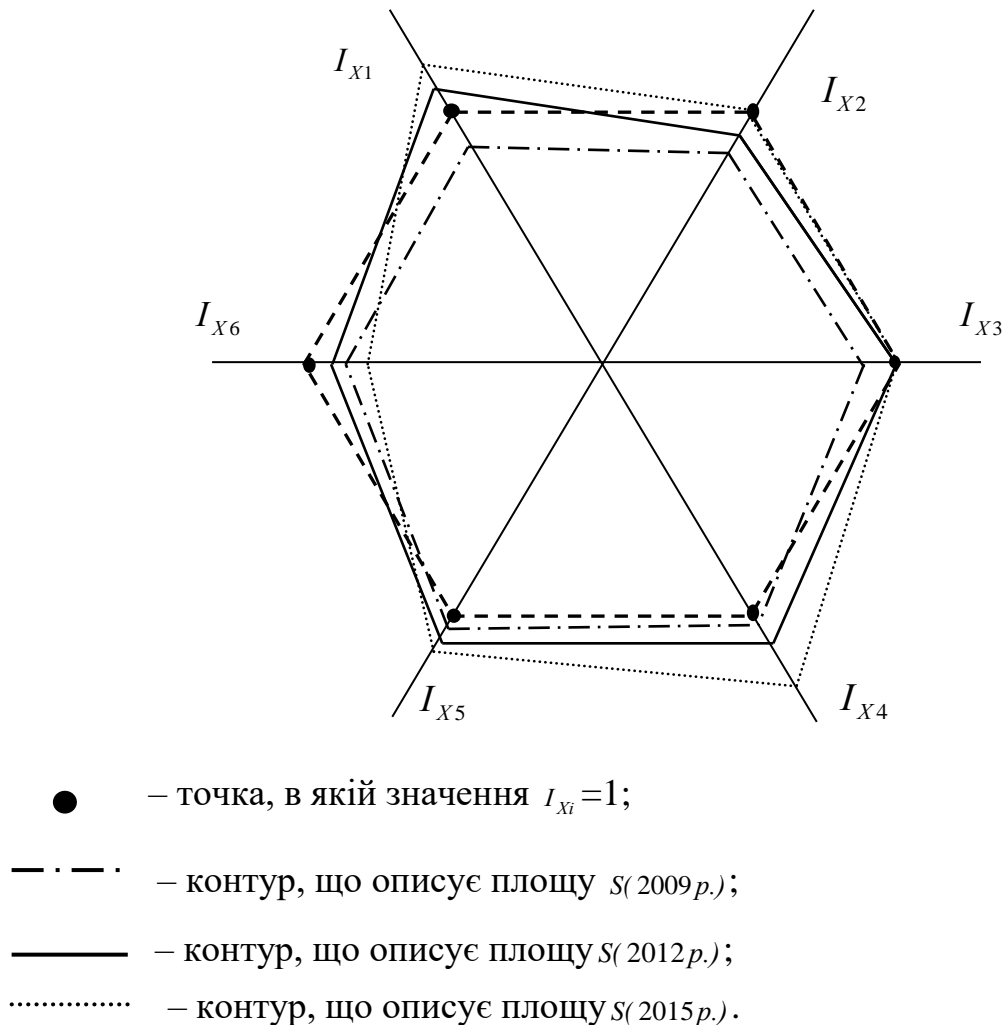


Рис. 2.10. Графічне представлення результатів оцінки інтенсивності впливу чинників на роздрібний товарооборот

Практична апробація запропонованого методичного підходу довела його переваги, а саме: можливість виявлення як загальної інтенсивності одночасного впливу зовнішніх чинників, так і впливу кожного з них окремо; простота застосування та обґрунтованість кількісних значень інтенсивності впливу приводять до однозначності економічної інтерпретації отриманих результатів; універсальність представленого методичного інструментарію дозволяє адаптувати його до оцінювання будь-якої системи чинників.

2.3. Експрес-оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі

Соціально-економічна нестабільність та динамічність економічної ситуації в країні, що насамперед пов'язано з наслідками фінансової кризи, призвели до значних диспропорцій у всіх сферах суспільного та економічного життя. Дослідження ефективності функціонування соціально-економічних систем, пошук напрямів та можливостей її підвищення завжди привертала увагу вчених різних наукових сфер діяльності.

Притаманна сучасному етапу розвитку національної економіки висока інтенсивність конкуренції в сфері роздрібною торгівлі обумовлює необхідність швидкої адаптації суб'єктів підприємницької діяльності та своєчасного реагування на вимоги ринку. В умовах клієнтоорієнтованого середовища ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі визначається не лише здатністю реалізовувати товари, але й можливістю задоволення вимог і забезпечення гармонізації інтересів (забаганок) споживачів.

Питанням аналізу й оцінки ефективності діяльності суб'єктів господарювання присвячено багато праць вітчизняних й зарубіжних авторів. Так, дослідженням цих проблем займалися відомі вчені-економісти – І. Ансоф, А.Н. Асаул, Г.Л. Багієв, П. Друкер, К. Еклунд, В.І. Отенко, В.М. Ячменьова та ін. [1; 7; 9; 72; 144; 227; 229]. Особливий внесок у розвиток теорії ефективності

підприємницької діяльності у сфері торгівлі зробили такі вчені-економісти: В.В. Апопій, П.Ю. Балабан, І.В. Височин, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, В. А. Павлова та ін. [5; 11; 37; 47; 124; 149; 150; 171; 196]. Їх зусилля були спрямовані на уточнення понятійно-категоріального апарату, розробку науково-методичного підґрунтя оцінки ефективності діяльності суб'єктів торгівлі тощо.

У сучасних наукових дослідженнях існує значна кількість методів оцінки ефективності підприємницької діяльності, які майже неможливо об'єднати в окремі групи. Це пов'язано з широким спектром сучасного методологічного інструментарію оцінювання будь-якої економічної категорії, що дозволяє поєднувати різні методи під час розробки єдиного комплексного методичного підходу. Проте висока динамічність розвитку вітчизняного ритейлу, значні трансформаційні зміни національної економіки потребують удосконалення існуючого методичного забезпечення як експрес-, так і комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі з урахуванням нових реалій.

Експрес-оцінку ефективності підприємницької діяльності суб'єктів підприємництва в роздрібній торгівлі запропоновано здійснювати за методикою зонування, що передбачає проведення процедури зонування на основі матриці, кожен сегмент якої характеризує рівень ефективності за двома основними векторами [221]. Визначені вектори відповідають встановленим критеріям ефективності підприємницької діяльності саме в роздрібній торгівлі:

- прибутковість (традиційно для будь-якої підприємницької діяльності, яка носить комерційний характер);
- відповідність (ураховує специфіку ритейла, пов'язану з безпосереднім контактом із кінцевим споживачем). Алгоритмізація технології зонування ефективності підприємницької діяльності суб'єктів роздрібно торгівлі представлена на рис. 2.11.

Етап 1. Формування методичного інструментарію оцінки. Основним завданням даного етапу є визначення необхідних елементів інформаційного та математичного інструментарію процесу оцінювання, а саме – принципів, критеріїв, показників, методів нормування та оцінки.

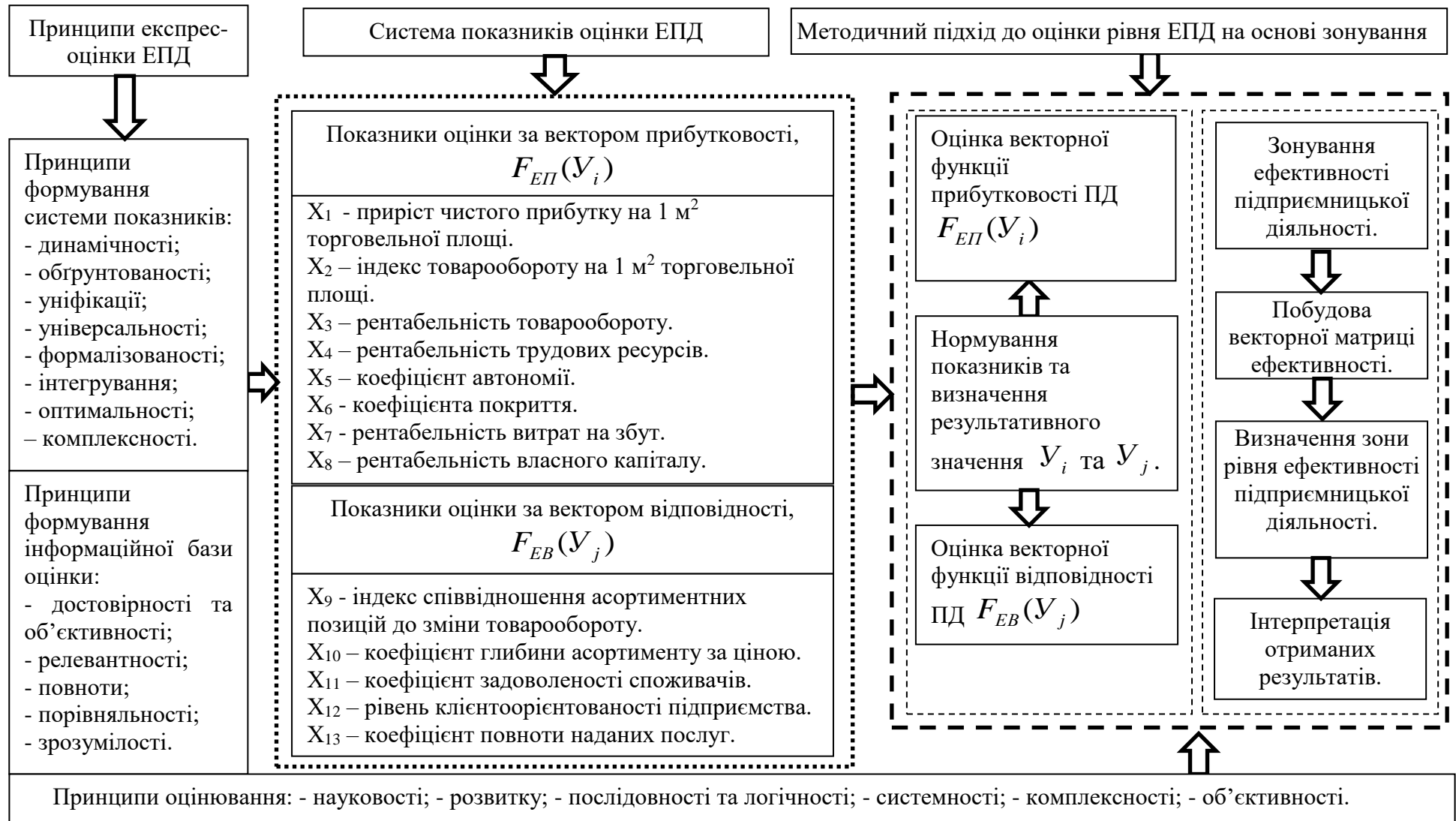


Рис. 2.11. Методичний інструментарій експрес-оцінки ефективності підприємницької діяльності (ЕПД) в роздрібній торгівлі на основі використання технології зонування (розроблено автором)

Етап 2. Формування принципів оцінки. Завданням даного етапу є виокремлення та обґрунтування принципів експрес-оцінки ефективності підприємницької діяльності у торгівлі в залежності від особливостей об'єкта дослідження.

«Філософія дала науці найбільш загальні принципи, що формулюються на основі певних категорій, проте в кожній науці та її окремій предметній області філософські принципи набувають свого змістовного наповнення та доповнюються з урахуванням конкретних результатів окремих наук, їх своєрідних методів» [37, с. 97-98]. Саме поняття «принципи» можна визначити як перелік базових правил проведення дослідження будь-якого процесу. Визначення принципів дослідження та оцінки будь-якої економічної категорії займає важливе місце в сучасних дослідженнях. При цьому галузеві особливості об'єкта дослідження трансформують сукупність існуючих принципів аналізу соціально-економічних систем до певного більш прийняттого переліку.

Слід зазначити, що принципи оцінки повинні бути адекватними для кожного елементу інструментарію оцінки у відповідності до їх цільової спрямованості [78]. Так І.В. Сіменко, екстраполюючи підходи спеціалістів з обліку на проблеми визначення принципів аналізу, пропонує класифікувати їх у три групи: принципи, що визначають якісні характеристики інформації, яка є основою для реалізації аналітичних процедур; принципи, що формують процедуру ведення аналізу; принципи, що регламентують побудову системи аналітичних показників в конкретних ситуаціях [176, с. 25].

Враховуючи проведений контент-аналіз можна зазначити, що систематизація принципів оцінки ефективності підприємницької діяльності у сфері роздрібної торгівлі повинна ґрунтуватися на певних положеннях.

По-перше, дотримання чіткого розмежування принципів у залежності від основного завдання та об'єкта дослідження. Саме тому принципи було окремо виділено для формування системи показників, інформаційної бази та безпосередньо для методичного підходу оцінки рівня ефективності

підприємницької діяльності у сфері роздрібно́ї торгівлі.

По-друге, принципи оцінки повинні враховувати галузеві особливості об'єкта дослідження та оцінки. З позиції врахування галузевої специфіки суб'єктів підприємництва роздрібно́ї торгівлі та оцінки ефективності їх підприємницької діяльності, доцільно враховувати основні критеріальні аспекти, а саме: здатність задовольняти споживачів та спроможність результативно функціонувати. Саме з цієї позиції цікавим та важливим є дослідження Х.А. Фасхієва, який ґрунтуючись на теорії менеджменту, маркетингу, кваліметрії та накопичених науково-практичних знаннях, сформулював основні принципи задоволеності споживачів [203].

Врахування галузевих особливостей відбивається і в основних принципах торговельного менеджменту, визначених відомим науковцем І.О. Бланком [18, с. 12-15], та виділених І.В. Височин [37, с. 98-100] принципах управління товарооборотом суб'єкта господарювання роздрібно́ї торгівлі з урахуванням інтеграції логістичного і маркетингового підходів.

По-третє, система принципів повинна виключати дублювання та забезпечувати єдність принципів у теоретичних дослідженнях і аналітичній практиці.

Враховуючи задекларовані традиційним економічним аналізом принципи оцінки, галузеві особливості та результати авторських досліджень, наведених у першому розділі даної роботи, було виділено основні принципи експрес-оцінки ефективності підприємницької діяльності у сфері роздрібно́ї торгівлі:

- принципи формування системи показників (динамічності, обґрунтованості, уніфікації, універсальності, формалізованості, інтегрування, оптимальності, комплексності);

- принципи формування інформаційної бази оцінки (достовірності та об'єктивності, релевантності, повноти, порівняльності, зрозумілості);

- принципи оцінювання (науковості, розвитку, послідовності та логічності, системності, комплексності, об'єктивності).

Виділені принципи забезпечують методичну гармонійність оцінки ефективності підприємницької діяльності та враховують галузеві особливості

функціонування суб'єктів підприємництва в роздрібній торгівлі.

Етап 3. Формування системи показників оцінки. Даний етап є одним із найважливіших під час оцінки будь-якого економічного об'єкту. Вибір показників для кількісної оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі повинен здійснюватися на базі комплексного підходу та відображувати можливість врахування різних аспектів функціонування суб'єктів підприємництва торгівлі.

Особливої важливості в межах даного етапу набуває формування такої системи показників, яка б відповідала визначеним критеріям за векторами зонування ефективності, а саме – показники оцінки за вектором прибутковості підприємницької діяльності $F_{EP} (Y_i)$ та показники оцінки за вектором її відповідності $F_{EB} (Y_j)$.

Питанням оцінки ефективності економічної системи присвячена значна кількість наукових праць та розробок. При цьому різні науковці пропонують розглядати та оцінювати ефективність по-різному – як в якості окремого показника (індикатора, складової) в системі комплексної оцінки іншої категорії, так і в якості результуючої інтегральної функції.

«Економічна ефективність визначається як відношення результатів до витрат, що характеризує використання ресурсів. Оцінка ефективності може визначатися ефективністю бізнесу в цілому, економічним обґрунтуванням інноваційних та інвестиційних заходів» [177, с. 9].

Сухарева К.В. та Колодьянова А.А., досліджуючи теоретико-методологічні аспекти оцінки ефективності діяльності суб'єкта підприємництва, наводять досить змістовий набір показників та відповідних індикаторів:

« – показники економічної ефективності виробництва (індикатори: рівень задоволення потреб ринку, виробництво продукції на одиницю витрат ресурсів, витрати на одиницю товарної продукції, прибуток на одиницю загальних витрат, рентабельність виробництва);

– показники ефективності використання праці (індикатори: трудомісткість одиниці продукції, відносне вивільнення працівників, темпи

росту продуктивності праці, частка приросту продукції за рахунок росту продуктивності праці, коефіцієнт ефективності використання робочого часу, економія фонду оплати праці, випуск продукції на 1 грн. фонду оплати праці);

– показники ефективності використання основних виробничих фондів (індикатори: фондівіддача основних фондів, фондомісткість продукції, рентабельність основних фондів, фондівіддача активної частини основних фондів);

– показники ефективності використання матеріальних ресурсів (індикатори: матеріаломісткість продукції, матеріалівіддача, коефіцієнт використання найважливіших видів сировини і матеріалів, витрати палива і енергії на 1 грн. чистої продукції, економія матеріальних витрат, коефіцієнт вилучення корисних компонентів із сировини);

– показники ефективності використання фінансових коштів (індикатори: коефіцієнт оборотності оборотних коштів, тривалість одного обороту нормованих оборотних коштів, відносне вивільнення оборотних коштів, питомі капіталовкладення, капіталовкладення на одиницю введених потужностей, рентабельність інвестицій, строк окупності інвестицій);

– показники якості продукції (індикатори: економічний ефект від поліпшення якості продукції, частка продукції, яка відповідає кращим світовим і вітчизняним зразкам);

– показники фінансово-економічні (індикатори: показники ліквідності, платоспроможності, прибутковості, рентабельності);

– показники ефективності використання активів (індикатори: фондівіддача, оборотність всіх активів, оборотність матеріальних ресурсів)» [189].

Наведений перелік безперечно дозволяє оцінити ефективність суб'єкта підприємницької діяльності комплексно з урахуванням всіх аспектів його функціонування. Проте, значна кількість обраних показників дублюється та не відбиває галузевої специфіки, що є вкрай важливим аспектом адекватної оцінки.

Інші автори пропонують застосовувати дещо спрощену систему: «показники ефективності використання ресурсів господарюючого суб'єкта такі,

як узагальнюючі показники (рентабельність виробництва, витрати на 1 грн. товарної продукції та ін.), ефективності використання праці (темп росту продуктивності праці, трудомісткість одиниці продукції та ін.), ефективності використання основних фондів (фондовіддача, рентабельність основних засобів та ін.), ефективності використання фінансових коштів (оборотність обігових коштів та ін.)» [177, с. 9].

Незважаючи на безліч позицій та наукових розробок, можна виокремити деякі спільні погляди під час формування системи показників оцінки ефективності у сфері торгівлі. Найбільш розповсюдженим та обов'язковим елементом у системі показників оцінки ефективності є обсяг реалізації (продажу, виручка від реалізації) [34; 87]. Під час дослідження та оцінки ефективності у сфері роздрібної торгівлі спостерігаються майже однотайні погляди науковців щодо необхідності врахування витрат (собівартості) [4; 30; 34; 87; 140], рентабельності [4; 30; 87], прибутку (чистого прибутку) [4; 30; 87; 140], вартості основних засобів [4; 30; 34; 87] та чисельності персоналу (зайнятих, працівників) [87; 140].

Прибутковість підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі визначається прибутковістю операційної діяльності (яка аргументує результативність діяльності суб'єкта підприємництва за основною функцією) та стабільністю фінансового стану (яка відбиває фінансові аспекти стабільності його функціонування).

До кількісних показників, які характеризують прибутковість операційної діяльності суб'єкта підприємництва в роздрібній торгівлі, доцільно віднести такі специфічні галузеві показники рентабельності, як: чистий прибуток на 1 м² торговельної площі; індекс товарообороту на 1 м² торговельної площі; рентабельність товарообороту; рентабельність трудових ресурсів.

Чистий прибуток є одним із основних індикаторних показників діяльності, значення його визначає успішність діяльності будь-якого суб'єкта господарювання в умовах діючої системи оподаткування. Однак наявність чистого прибутку за певний період дає можливість оцінити прибутковість лише

за окремо взятий часовий лаг. Розглядаючи підприємницьку діяльність як таку, що здійснюється систематично, тобто протягом досить тривалого періоду, вважаємо за доцільне за показник оцінки її прибутковості використовувати приріст (зміну) чистого прибутку на 1 м^2 торговельної площі, оскільки:

- застосування під час оцінки значення приросту надає можливість проаналізувати результати діяльності суб'єкта підприємництва в динаміці, тобто за тривалий період часу;

- співвідношення приросту чистого прибутку саме до торговельної площі забезпечує можливість рівноцінної оцінки для різних за розміром суб'єкта підприємницької діяльності, адже навіть невеликий суб'єкт з порівняно невеликим прибутком у змозі прибутково працювати та конкурувати на ринку.

Підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі пов'язана в першу чергу з виконання основної функції торговельних суб'єктів, які виступають у ролі посередників, унаслідок чого відбувається передача продукції від виробників до споживачів. Це знаходить відбиття в показниках товарообороту, який кількісно відображує результативність суб'єкта підприємництва в торгівлі щодо задоволення потреб і вимог споживачів.

«Товарооборот виступає основною категорією операційної діяльності підприємства, відображаючи важливий кінцевий результат його господарської діяльності, поряд з такими показниками, як дохід (виручка) від реалізації продукції, дохід (виручка) від надання послуг, дохід (виручка) від виконання робіт» [37, с. 37-38]. Тобто, товарооборот є основним (ключовим) фактором забезпечення необхідного обсягу прибутковості суб'єкта підприємництва.

Саме тому, наступним показником за критерієм ефективності операційної діяльності є індекс товарообороту на 1 м^2 торговельної площі. При цьому врахування торговельної площі під час оцінки обумовлено тим, що це відносно незмінна величина та є головною ознакою формату суб'єкта торгівлі.

Рентабельність товарообороту як відносна характеристика прибутковості діяльності суб'єкта підприємництва в торгівлі відбиває співвідношення прибутку з обсягом реалізованої продукції.

Рентабельність персоналу дозволяє кількісно оцінити ефективність використання трудових ресурсів, оскільки вони є важливою складовою потенціалу будь-якого суб'єкта господарювання.

До основних показників, які характеризують фінансовий стан суб'єкта підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі традиційно відносять такі: коефіцієнт автономії; коефіцієнт покриття; рентабельність витрат на збут; рентабельність власного капіталу.

Дослідженню фінансового стану ефективності підприємницької діяльності суб'єктів роздрібною торгівлі присвячено багато наукових праць. Значний внесок у розв'язання проблеми оцінки фінансового стану суб'єктів торгівлі за сучасних умов розвитку економіки України зробили такі відомі вчені, як: Л.А. Костирко, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі та ін. [40; 46; 102; 197]. Переважна більшість дослідників за головний критерій оцінки фінансового стану господарюючого суб'єкта вважають показники фінансової стійкості. Серед найбільш розповсюджених показників фінансової стійкості виділяються коефіцієнти автономії, фінансування, забезпеченості власними оборотними засобами, ефективності використання активів, ефективності використання власного капіталу, відношення необоротних і оборотних активів.

Незважаючи на значну кількість показників фінансової стійкості, найбільш розповсюдженим є коефіцієнт автономії. Також зазначимо, що оцінку ефективності недоцільно перенавантажувати коефіцієнтами, які частково дублюються. Оскільки динаміка чистого прибутку має відображення у попередніх показниках, то серед коефіцієнтів фінансової стійкості нами було обрано саме коефіцієнт автономії. Коефіцієнт автономії показує частку власного капіталу в загальному обсязі фінансування активів суб'єкта підприємницької діяльності та визначається як співвідношення власного капіталу до загального обсягу активів. При цьому існують різні погляди щодо нормативного значення коефіцієнту автономії: $\geq 0,6$ [95], $\geq 0,7$ [102].

Відповідно до Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій із приховування банкрутства,

фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства нормативним значення коефіцієнта автономії є значення $>0,5$ [159]. При цьому науковці у сфері торгівлі визначають нормативне значення коефіцієнта автономії на рівні $\geq 0,5$ [40, с.96; 173, с.81].

Коефіцієнт покриття під час оцінки ефективності має суттєве значення, оскільки характеризує співвідношення оборотних активів та поточних зобов'язань суб'єкта господарювання. Для суб'єктів роздрібної торгівлі прийнятним є значення даного показника в межах 1–1,5 [40, с.95]. При цьому низьке значення показника може свідчити про високий рівень фінансового ризику внаслідок неспроможності суб'єкта підприємництва покривати поточні зобов'язання. Навпаки, досить високе значення коефіцієнта покриття ($>1,5$) відбиває нераціональність структури капіталу суб'єкта підприємництва.

Другим вектором зонування ефективності підприємницької діяльності у торгівлі є її відповідність різноманітним вимогам і очікуванням споживачів із позиції їх задоволеності.

Першим показником оцінки за визначеним вектором є індекс співвідношення асортиментних позицій до зміни товарообороту. Основним завданням даного показника є виявлення співвідношення динаміки й оновленості асортименту. При цьому важливо відмітити, що оцінку ефективності асортиментної політики (коефіцієнт глибини та широти асортименту) в даному контексті проводити не має потреби. Оскільки різноманітний асортимент у роздрібній торгівлі, у сучасній ринковій орієнтації, вже не є критерієм успішної діяльності, а навпаки його доцільно розглядати як константу, без якої саме існування торгівлі стає неможливим.

«Важливим параметром впливу на ефективність реалізації комерційної функції торговельного підприємства є комплекс чинників управління асортиментною політикою відповідно до виявленої структури споживчого попиту» [57, с.105].

Погоджуючись із думкою Синіговець О.М. «... оцінку ефективності діяльності підприємства слід здійснювати з використанням традиційних і нових

показників оцінки» [177, с.13], пропонується оцінювати асортимент із позиції цінового діапазону (коефіцієнт глибини асортименту за ціною). Даний коефіцієнт характеризує співвідношення кількості асортиментних позицій, які мають широкий діапазон ціни, до загальної кількості асортиментних позицій та дозволяє оцінити здатність задовольняти споживачів із різними фінансовими можливостями та ефективність маркетингової підтримки.

Наступні два коефіцієнти (коефіцієнт задоволеності споживачів та рівень клієнтоорієнтованості суб'єкта господарювання) пропонується аналізувати виключно з позиції споживачів, оскільки саме споживачі є визначальним фактором існування торговельного суб'єкта підприємництва. «Цілком природно, що в конкурентному ринковому середовищі акценти зміщуються в бік ефективного задоволення потреб споживачів у процесі вирішення основного завдання бізнесу – отримання прибутків чи збільшення капіталізації підприємства» [57, с.105]. Це обумовлює доцільність застосування для визначення цих показників таких методів як анкетування, бальної та рейтингової оцінки тощо. При цьому коефіцієнт задоволеності споживачів запропоновано визначати як відношення зміни позитивних і негативних відгуків за визначений період часу. Рівень клієнтоорієнтованості суб'єкта підприємництва, навпаки, відбиває перелік найважливіших умов для споживачів під час здійснення купівлі.

Останнім показником оцінки є коефіцієнт повноти наданих послуг, який відбиває динаміку впроваджених (інноваційних) суб'єктом підприємництва послуг.

Більш детальна методика розрахунку системи показників оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на основі використання технології зонування, наведена в додатку Д.

Етап 4 передбачає нормування показників та визначення результативного значення U_i та U_j . Економічна сутність основних векторів зонування передбачає оцінку як кількісних, так і якісних показників. Крім цього багатоплановість оцінки приводить до необхідності врахування різних за своїми кількісними параметрами показників. Тому з метою формалізованого нормування показників необхідно їх

трансформувати до єдиного кількісного значення.

«Формалізація – віддзеркалення явища або предмета у знаковій формі будь-якої штучної мови та вивчення цього явища чи предмета шляхом операцій з відповідними знаками. При формалізації замість суджень про об'єкти дослідження оперують символами (формулами), які замінюють висловлювання про властивості предметів та їх зв'язків» [40, с.43].

Основною вимогою до нормування показників є нормативне значення, яке є точкою відліку при встановленні позитивної/негативної тенденції. Таким значенням може бути як загальноприйняте нормативне значення, наприклад для більшості фінансових коефіцієнтів, так і максимальне/мінімальне значення показника по групі суб'єктів підприємництва, які аналізуються. Логікою такого методу є можливість проведення рейтинговості суб'єктів підприємницької діяльності без використання коефіцієнтів вагомості.

Для більш повної синтетичної деталізації всі показники оцінки доцільно поділити на такі групи.

1. Показники, які за своїм економічним змістом можуть мати як від'ємне, так і невід'ємне значення. При цьому основним завданням нормування таких показників є можливість виключення з рейтингової оцінки суб'єктів підприємництва із від'ємним значенням, оскільки це свідчить про негативну тенденцію ефективності їх функціонування. Нормування таких показників (X_1, X_3, X_4, X_7, X_8), базується на використанні абсолютних значень показників та має такий загальний вигляд:

$$Y_i = \frac{X_i + |X_i|}{2 * D_{\max}^{ep}}, \quad \begin{cases} \text{якщо } X_i < 0 \Rightarrow Y_i = 0; \\ \text{якщо } X_i > 0 \Rightarrow Y_i \in]0; 1], \\ \text{якщо } X_i = 0 \Rightarrow Y_i = 0. \end{cases} \quad (2.17)$$

де Y_i – нормоване результативне значення змінної;

X_i – натуральне (фактичне) значення змінної;

D_{\max}^{ep} – максимальне (найкраще) значення показника X_i в групі суб'єктів.

Першочерговим завданням такого нормування є можливість математичного виключення з рейтингової оцінки суб'єктів підприємницької діяльності, які мають від'ємне значення показника, за допомогою додавання його абсолютного значення, тобто: якщо $X_i \leq 0$, то значення чисельника дорівнює 0 і підприємство за даним економічним індикатором не отримує вагомості. Якщо $X_i > 0$, то нормоване результативне значення змінної може варіюватися в діапазоні від 0 до 1. За таким методом нормування суб'єкт підприємництва з найкращим значенням показника матиме значення $Y_i = 1$, а інші суб'єкти за зменшенням відповідно до значень їх показників.

2. Друга група показників, на відміну від попередніх, має обмеження у вигляді інтервалу між мінімальним та максимальним значенням (X_6). У цьому випадку нормоване результативне значення визначаємо за формулою:

$$Y_i = \frac{(D_{\max} - X_i + |D_{\max} - X_i|) * (X_i - D_{\min} + |X_i - D_{\min}|)}{D_{\max} X_i}, \quad (2.18)$$

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{якщо } X_i = D_{\min} \Rightarrow Y_i = 0; \\ \text{якщо } X_i = D_{\max} \Rightarrow Y_i = 0; \\ \text{якщо } X_i < D_{\min} \Rightarrow Y_i = 0; \\ \text{якщо } X_i > D_{\max} \Rightarrow Y_i = 0; \\ \text{якщо } D_{\min} < X_i < D_{\max} \Rightarrow Y_i \in]0; 1[. \end{array} \right.$$

де Y_i – нормоване результативне значення змінної;

X_i – натуральне (фактичне) значення змінної;

D_{\min}, D_{\max} – відповідно мінімально та максимально допустимі нормативні значення показника X_i .

3. Показники, які мають кількісне мінімальне обмеження (X_5):

$$Y_i = \frac{X_i + |X_i|}{2 * D_{\min}}, \quad \begin{cases} \text{якщо } X_i < D_{\min} \Rightarrow Y_i < 1; \\ \text{якщо } X_i > D_{\min} \Rightarrow Y_i > 1; \\ \text{якщо } X_i = D_{\min} \Rightarrow Y_i = 1; \\ \text{якщо } X_i < 0 \Rightarrow Y_i = 0. \end{cases} \quad (2.19)$$

де D_{\min} – мінімально допустиме нормативне значення показника X_i .

4. Показники, які за своїм економічним змістом відбивають динаміку зміни показника (X_2, X_9, X_{10}, X_{13}):

$$Y_i = \frac{X_{i(n)}}{X_{i(n-1)} * D_{\max}^{sp}}, \quad (2.20)$$

де $X_{i(n)}, X_{i(n-1)}$ – відповідно фактичне значення змінної в поточному (n) та попередньому ($n-1$) періодах;

D_{\max}^{sp} – максимальне (найкраще) значення показника X_i в групі суб'єктів підприємницької діяльності.

Етап 5. Оцінка векторної функції прибутковості підприємницької діяльності визначається за формулою:

$$F_{EP}(Y_i) = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{k}, \quad (2.21)$$

де $F_{EP}(Y_i)$ – функція прибутковості підприємницької діяльності;

Y_i – нормоване результативне значення змінної X_i ;

k – кількість нормованих результативних значень функції.

Етап 6. Оцінка векторної функції відповідності підприємницької діяльності визначається за формулою:

$$F_{EB}(Y_j) = \frac{\sum_{j=1}^m Y_j}{m}, \quad (2.22)$$

де $F_{EB}(Y_j)$ – функція відповідності підприємницької діяльності;

Y_i – нормоване результативне значення змінної X_i ;

m – кількість нормованих результативних значень функції.

Найбільш ефективній підприємницькій діяльності будуть відповідати значення: $F_{EP}(Y_i), F_{EB}(Y_j) \rightarrow 1$, оскільки всі нормовані результативні значення мають кількісно встановлений діапазон.

Етап 7. Зонування ефективності підприємницької діяльності передбачає побудову векторної матриці ефективності підприємницької діяльності (рис. 2.12), визначення зони рівня ефективності та інтерпретацію результатів.

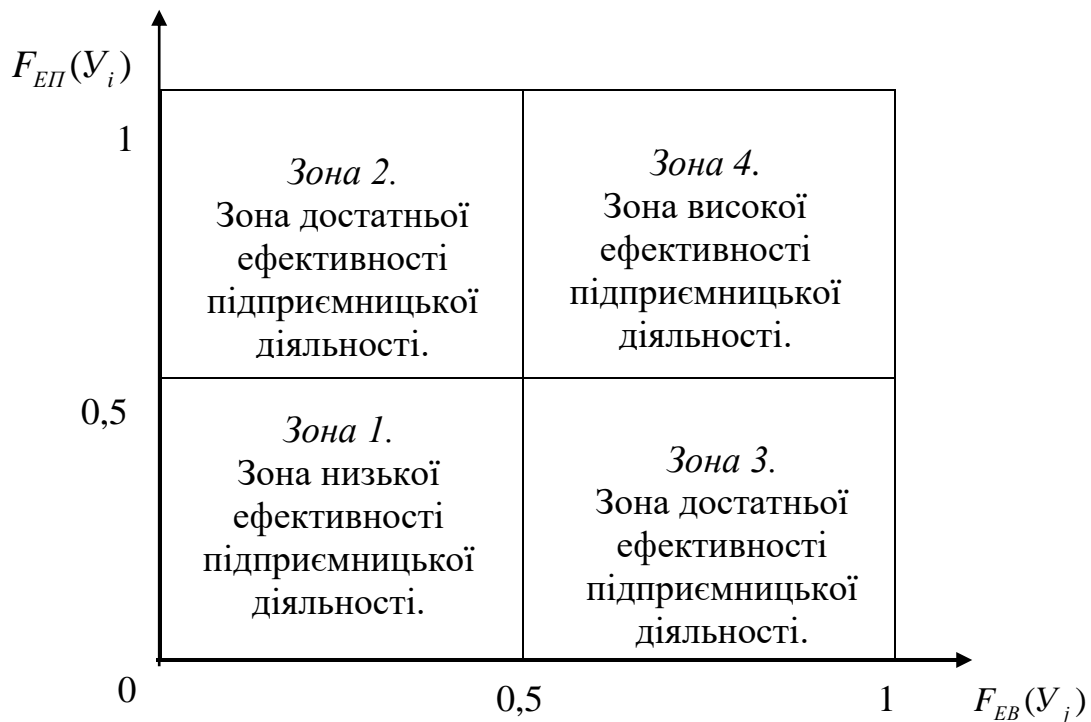


Рис. 2.12. Векторна матриця рівня ефективності підприємницької діяльності

Визначення зони рівня ефективності підприємницької діяльності суб'єктів господарювання та інтерпретацію отриманих результатів наведено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

**Економічна інтерпретація зонування рівня ефективності
підприємницької діяльності**

	Інтервал	Інтерпретація
Зона 1	$F_{EP}(Y_i) \in]0; 0,5]$ $F_{EB}(Y_j) \in]0; 0,5]$	Найгірший з усіх можливих варіантів. Знаходження суб'єкта підприємницької діяльності (СПД) в цьому квадранті свідчить про те, що рівень його ефективності в межах групи нижче за середній за двома векторними функціями.
Зона 2	$F_{EP}(Y_i) \in]0,5; 1]$ $F_{EB}(Y_j) \in]0; 0,5]$	Знаходження СПД у даному квадранті свідчить про достатній рівень ефективності підприємницької діяльності, оскільки має високі значення за вектором прибутковості. При цьому рівень ефективності за вектором відповідності нижче середнього, що може призвести до послаблення конкурентної позиції на ринку.
Зона 3	$F_{EP}(Y_i) \in]0; 0,5]$ $F_{EB}(Y_j) \in]0,5; 1]$	Знаходження СПД у даному квадранті свідчить про достатній рівень ефективності підприємницької діяльності, оскільки має високі значення за вектором відповідності. При цьому низький рівень ефективності за вектором прибутковості може бути наслідком як нераціональних заходів покращення саме комерціалізації, так і результатом неефективного управління СПД.
Зона 4	$F_{EP}(Y_i) \in]0,5; 1]$ $F_{EB}(Y_j) \in]0,5; 1]$	СПД знаходиться у зоні високої ефективності підприємницької діяльності за обома векторами та є лідером у конкурентній групі.

Після визначення позиції рівня ефективності підприємницької діяльності в межах окремих зон матриці зонування важливо встановити можливу траєкторію його зміни (рис. 2.13).

Для практичної реалізації та апробації представленого методичного підходу визначення рівня ефективності підприємницької діяльності у сфері роздрібною торгівлі було обстежено суб'єкти підприємництва роздрібною торгівлі на базі якісних методів збору інформації з використанням даних бухгалтерської та внутрішньої звітності різних форм власності, товарної

спеціалізації, розмірів, місця розташування тощо.

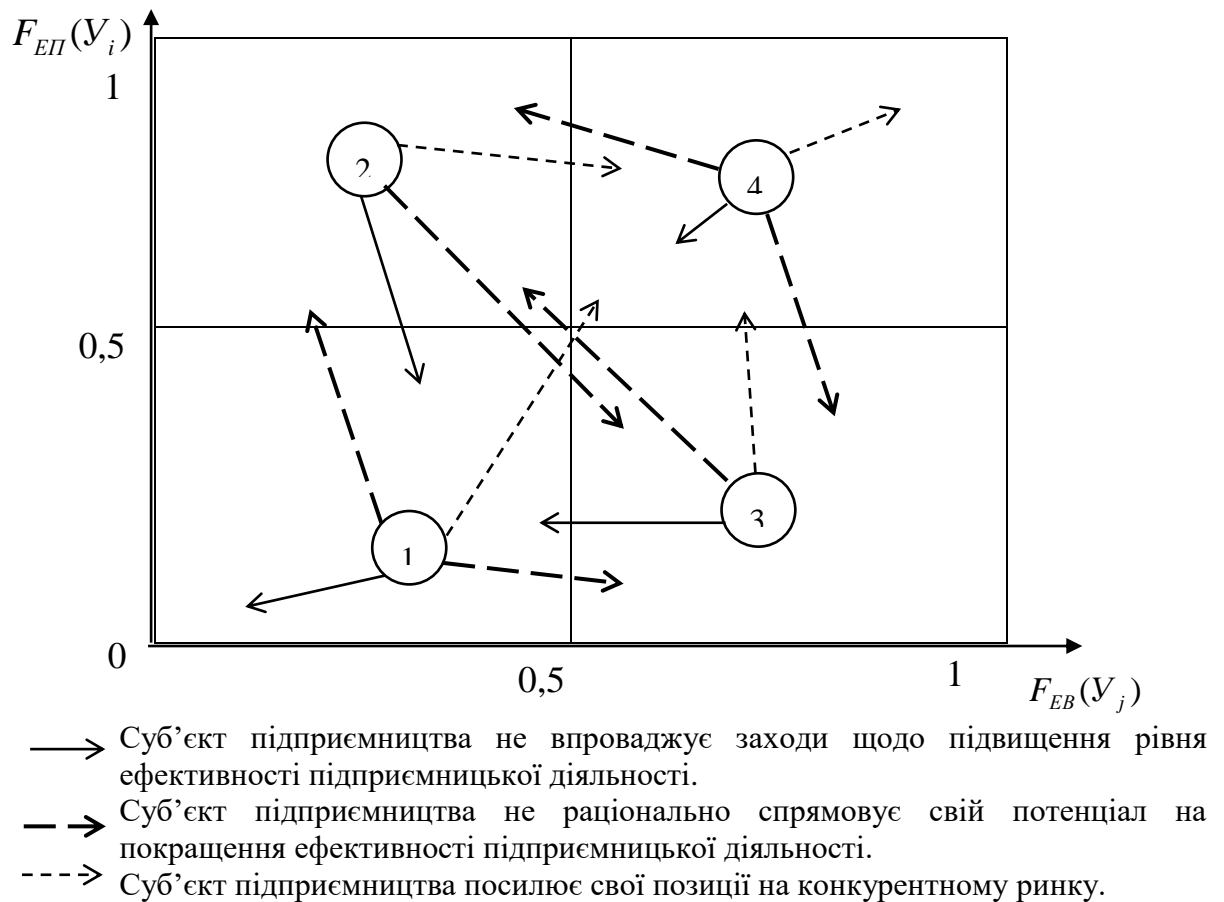


Рис. 2.13. Траєкторія зміни рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі

Науково обґрунтований аналіз результатів угруповання в значній мірі залежить від правильного вибору ознаки групування. Зазначимо, що основним критерієм формування вибіркової сукупності суб'єктів підприємницької діяльності є розмір торговельної площі. При цьому сучасна теоретико-методологічна база щодо визначення формату торговельних суб'єктів має певні розбіжності. Так, державна служба статистики України в методологічних поясненнях визначає супермаркети як продовольчі магазини з торговою площею від 400 до 2499 м² [168]. Дещо іншої думки дотримуються українські автори, підвищуючи максимальну границю торговельної площі супермаркетів до 3000 м² [120, с. 256].

За даними консалтингової компанії у сфері нерухомості SMT Developments супермаркет являє собою магазин самообслуговування, що торгує

продовольчими і супутніми непродовольчими товарами на єдиній торговельній площадці з торговельною площею від 600 до 3000 м². А «Colliers International Україна» в класифікації форматів роздрібної торгівлі виокремлює класичний супермаркет із площею від 700 до 3000 м² [187].

Враховуючи сучасні підходи щодо визначення формату торговельних суб'єктів було виокремлено 250 суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі (супермаркети) площею від 400 до 3000 м². З метою забезпечення високої достовірності та адекватності вибіркової сукупності серед них було виокремлено 12 підприємств, які мають найменше відхилення за розміром торговельної площі (Додаток Е): 1) ТОВ «Фоззі-Фуд», 2) ПАТ «Базис», 3) ТОВ «Еко», 4) Торговельна мережа дискаунтерів «Фора», 5) Торговельна мережа супермаркетів «Таврія В», 6) ТОВ «Сучасний модерн», 7) ПАТ «Ритейлінгова компанія «Євротек», 8) ТОВ «Восторг», 9) ПрАТ «Фуршет», 10) ПАТ «ТОРГОВИЙ ДІМ «ЯРОСЛАВ», 11) ПАТ «Магазин «Киянка», 12) ПрАТ «Нова лінія».

У відповідності до теорії вибіркового методу під час побудови моделі випадкової вибірки для проведення дослідження було враховано відповідність відібраної сукупності вимогам достатності об'єктів спостережень. В економічних дослідженнях припускається використання малої вибірки, обсяг якої звичайно не перевищує 30 одиниць і може доходити до 4-5 одиниць [141, с.189].

Найбільш поширеним показником коливання, що використовується для оцінки типовості середніх величин, є коефіцієнт варіації, який характеризує варіацію, виражену в стандартній величині. Розрахункове значення коефіцієнта варіації не повинно перевищувати 33%, що свідчить про однорідність інформації та невелике коливання ознаки в сукупності, що вивчається [141].

Для характеристики міри коливань розраховано коефіцієнт варіації (V), що представляє собою процентне відношення середнього квадратичного відхилення (σ) до середньої величини (\bar{X}), розмір якого складає $V=22,1\% < 33\%$, що свідчить про незначне коливання торговельної площі всередині вибіркової групи суб'єктів торгівлі та достатню однорідність досліджуваної сукупності (додаток Е).

Початковим етапом застосування методичного підходу зонування рівня ефективності підприємницької діяльності є збір, обробка та систематизація даних у відповідності до сформованої системи показників. У якості джерел інформації виступають дані бухгалтерської звітності торговельних суб'єктів вибіркової сукупності (додаток Ж). На основі зібраної інформаційної бази було обчислено значення системи показників оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі за векторами прибутковості (додаток З, табл. 3.1) та відповідності (додаток З, табл. 3.2).

Наступним етапом оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі є проведення нормування за векторами прибутковості підприємницької діяльності $F_{EP}(Y_i)$ та її відповідності $F_{EB}(Y_j)$.

Результати нормування показників за вектором прибутковості при оцінці рівня ефективності підприємницької діяльності по вибірковій сукупності представлено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Результати нормування показників за вектором «прибутковості»

№ під-ва	Нормовані результативні значення змінних							
	Y ₁		Y ₂		Y ₃		Y ₄	
	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	0,00	0,00	1,00	1,00	0,00	0,00	0,23	0,39
2	0,02	0,00	0,17	0,14	0,13	0,04	0,76	0,78
3	0,00	0,22	0,54	0,54	0,00	0,00	0,39	0,30
4	0,00	0,02	0,48	0,50	0,00	0,01	0,19	0,17
5	0,00	0,01	0,11	0,10	0,33	0,25	0,17	0,15
6	0,20	0,20	0,38	0,40	0,81	0,63	0,01	0,01
7	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,00	0,23	0,79
8	0,01	0,01	0,45	0,49	0,13	0,07	0,74	0,69
9	0,00	0,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,55	0,62

Продовж. табл. 2.8

1	2	3	4	5	6	7	8	9
10	0,01	0,01	0,03	0,03	1,00	0,67	0,26	0,54
11	0,00	0,00	0,19	0,13	0,00	0,00	0,10	0,13
12	1,00	1,00	0,63	0,58	0,21	1,00	1,00	1,00
№ під-ва	Y ₅		Y ₆		Y ₇		Y ₈	
	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.
1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,25	0,05	0,00	0,00
2	0,90	1,02	0,00	0,00	0,16	0,10	0,22	0,03
3	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4	0,00	0,00	0,00	0,00	0,11	0,11	0,03	0,01
5	0,89	0,91	0,13	0,00	1,00	0,81	0,09	0,04
6	0,50	0,72	0,00	0,00	0,85	1,00	1,00	0,46
7	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
8	0,13	0,24	0,00	0,07	0,14	0,13	0,30	0,09
9	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10	1,43	0,79	0,00	0,00	0,65	0,48	0,96	0,09
11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00
12	0,79	0,79	0,00	0,12	0,48	0,14	0,90	0,08

Наступним етапом визначення рівня ефективності підприємницької діяльності є оцінка векторної функції прибутковості підприємницької діяльності за формулою (2.21) (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Результати оцінки функції прибутковості підприємницької діяльності

№ під- ва	Кількісне значення функції прибутковості підприємницької діяльності, $F_{EP}(Y_i)$		Рейтинг підприєм- ства за вектором «прибутковості» по вибірковій сукупності		Динаміка зміни положення підприєм- ства за вектором прибутковості (покращення ↗; погіршення ↘).
	2015 рік	2016 рік	2015 рік	2016 рік	
1	2	3	4	5	6
1	0,185	0,181	7	7	↘

Продовж. табл. 2.9

1	2	3	4	5	6
2	0,295	0,264	5	5	↙
3	0,117	0,132	8	9	↙
4	0,102	0,101	9	10	↗
5	0,340	0,284	4	4	↙
6	0,469	0,427	3	2	↗
7	0,029	0,098	12	11	↗
8	0,239	0,225	6	6	↙
9	0,069	0,088	10	12	↙
10	0,543	0,326	2	3	↙
11	0,036	0,157	11	8	↗
12	0,627	0,589	1	1	↙

Результати нормування показників за вектором відповідності при оцінці рівня ефективності підприємницької діяльності по вибірковій сукупності представлено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Результати нормування показників за вектором «відповідності»

№ під-ва	Нормовані результативні значення змінних									
	Y ₉		Y ₁₀		Y ₁₁		Y ₁₂		Y ₁₃	
	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016р.	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	0,13	0,10	0,07	0,42	1,00	1,00	0,56	0,54	0,88	0,94
2	0,67	0,40	0,87	1,00	1,00	1,00	0,67	0,68	0,35	0,71
3	0,64	0,42	0,65	0,75	0,89	0,82	0,67	0,68	0,53	0,78
4	0,85	0,69	0,96	0,82	0,89	0,92	0,89	0,87	0,88	0,94
5	0,27	0,58	0,90	0,85	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
6	0,65	0,78	0,87	0,75	1,00	1,00	0,89	0,87	0,88	0,94
7	0,27	0,49	0,64	0,68	0,82	0,69	0,33	0,33	0,35	0,00

Продовж. табл. 2.10

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
8	0,85	1,00	1,00	0,80	1,00	1,00	0,89	0,78	0,88	0,94
9	1,00	0,41	0,89	0,76	0,89	0,82	0,89	0,87	0,53	0,94
10	0,61	0,51	0,07	0,17	0,82	0,69	0,56	0,54	0,38	0,63
11	0,12	0,46	0,26	0,33	0,75	0,64	0,33	0,22	0,44	0,00
12	0,73	0,90	1,00	0,80	1,00	0,99	0,89	0,78	0,99	0,94

Наступним етапом визначення рівня ефективності підприємницької діяльності є оцінка векторної функції відповідності підприємницької діяльності за формулою (2.22) (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Результати оцінки функції прибутковості підприємницької діяльності

№ під-ва	Кількісне значення функції відповідності підприємницької діяльності, $F_{EB}(Y_j)$		Рейтинг підприємства за вектором «відповідності» по вибірковій сукупності		Динаміка зміни положення підприємства за вектором відповідності (покращення ↗; погіршення ↘).
	2015 рік	2016 рік	2015 рік	2016 рік	
1	0,527	0,601	9	9	↗
2	0,711	0,758	7	7	↗
3	0,676	0,692	8	8	↗
4	0,891	0,847	3	5	↘
5	0,833	0,886	6	2	↗
6	0,857	0,867	4	4	↗
7	0,482	0,438	11	11	↘
8	0,923	0,905	1	1	↘
9	0,838	0,760	5	6	↘
10	0,486	0,508	10	10	↗
11	0,382	0,331	12	12	↘
12	0,923	0,882	2	3	↘

За результатами оцінки ефективності підприємницької діяльності за двома визначеними векторами проводиться зонування, що передбачає побудову векторної матриці ефективності підприємницької діяльності (ПД) та дозволяє визначити зону рівня ефективності кожного торговельного суб'єкта (рис. 2.14).

За результатами експрес-оцінки встановлено, що найвищим рівнем ефективності характеризується підприємницька діяльність ПрАТ «Нова лінія» (№ 12), про що свідчить його позиція у зоні 4 векторної матриці.

Переважає частка суб'єктів вибіркової сукупності – ТОВ «Сучасний модерн» (№ 6), ПАТ «Базис» (№ 2), ТОВ «Еко» (№ 3), ТОВ «Восторг» (№ 8), ПрАТ «Фуршет» (№ 9) та ін. (8 з 12 тобто 66,7%), – позиціонується в зоні 3 векторної матриці, тобто має достатній рівень ефективності підприємницької діяльності з позиції відповідності вимогам і потребам споживачів. Найгірша позиція спостерігається в суб'єкта № 11, яке перебуває в зоні низької ефективності, при цьому рівень ефективності за вектором прибутковості є майже критичним, що свідчить про фінансову неспроможність конкурувати на ринку.

Особливістю запропонованого методичного підходу є найбільш обґрунтоване визначення рівню ефективності підприємницької діяльності завдяки використанню комплексного інструментарію оцінки, розробленого на основі використання як кількісних, так і якісних показників, їх формалізованого нормування з урахуванням кількісного діапазону можливих значень.

Практична апробація авторського методичного підходу до експрес-оцінки ефективності підприємницької діяльності довела його переваги, а саме:

- 1) універсальність представленого підходу до нормування показників оцінки забезпечує його адаптивність до оцінювання будь-якої системи показників;
- 2) дозволяє кількісно визначити рівень ефективності підприємницької діяльності в межах основної конкурентної групи за рахунок обґрунтованих кількісних діапазонів значень;
- 3) проведення оцінки в динаміці дозволяє визначити траєкторію зміни рівня ефективності підприємницької діяльності, а й відповідно результатів ефективності управління суб'єктом підприємництва, та сформулювати основні заходи щодо покращення конкурентних позицій суб'єкту господарювання.

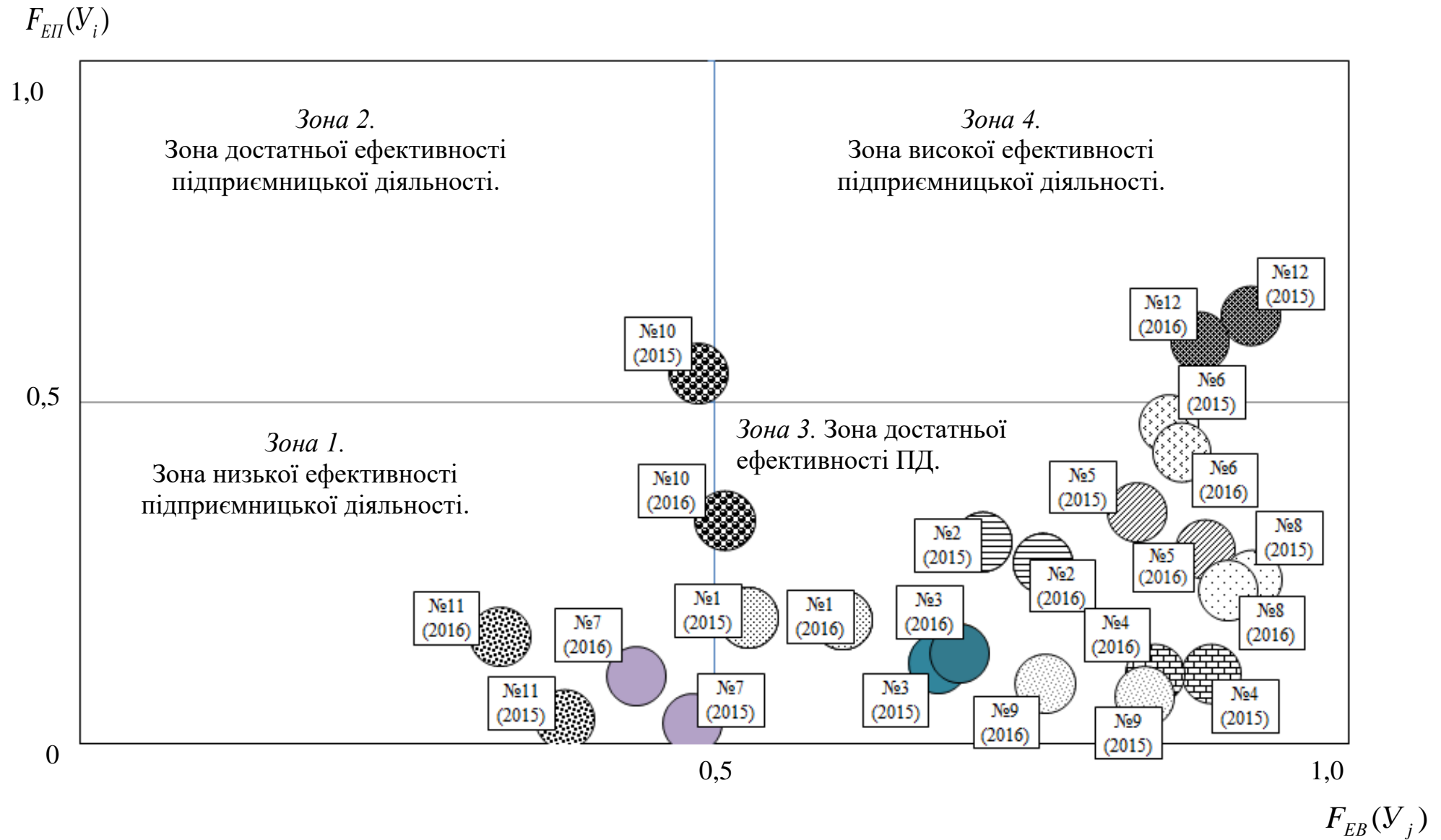


Рис. 2.14. Зонування ефективності підприємницької діяльності у векторній матриці рівня ефективності за 2015-2016 рр.

Представлена методична база експрес оцінки ґрунтується на підходах, які надають можливість оцінювати ефективність підприємницької діяльності навіть за наявності від'ємних значень деяких показників, не виключаючи такий суб'єкт господарювання з вибіркової сукупності. Крім цього, адекватність системи оцінки надає можливість однозначної інтерпретації результатів математичної та аналітичної обробки показників.

Висновки до розділу 2

Здійснено аналіз сприятливості зовнішнього середовища розвитку підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. З'ясовано, що суб'єкти підприємницької діяльності в торгівлі, порівняно з іншими галузями, функціонують в умовах інтенсивної конкуренції та під впливом багатьох чинників зовнішнього оточення, що значно ускладнює умови для ефективної підприємницької діяльності. Проведене аналітичне дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

– динаміка роздрібногo товарообороту має постійну траєкторію зростання за виключенням незначного зниження 2009 року, однак темпи його зміни мають певні коливання (зниження з 124,62% у 2011 р. до 101,22% у 2014 р. та зростання до 114,03% вже у 2016 р.). Подібні тенденції відбивають значення темпів зміни кількості суб'єктів роздрібної торгівлі;

– виявлена позитивна динаміка роздрібногo товарообороту за регіональною ознакою (за винятком 2009 р.). Однак, недостатнє зростання даного показника у 2014-2016 рр. спричинене відсутністю даних по Автономній Республіці Крим (середнє значення частки в структурі роздрібногo товарообороту за 2007-2013 рр. складає 3,8%) та міста Севастополь (середнє значення частки у структурі роздрібногo товарообороту за 2007-2013 рр. складає 1,15%). Такі значення показників відбивають наслідки політичного конфлікту, який відбувається в Україні;

– результати аналізу обсягу капітальних інвестицій за видами економічної

діяльності свідчать, що на торговельну сферу в цілому по Україні припадає незначна їх частка. Приріст обсягу капітальних інвестицій у торговельну галузь за період 2010-2015 рр. складає 11,39%, при цьому значна його частка припадає на роздрібну торгівлю (9,86%). Про покращення інвестиційної активності в 2016 році свідчить зростання обсягів капітальних інвестицій у торговельну галузь – темпи зміни збільшилися з 99,75% у 2015 році до 144,98% у 2016 році; одночасно обсяг капітальних інвестицій у роздрібну торгівлю збільшився з 86,93% у 2015 році до 175,69% у 2016 році;

– за період 2011-2015 рр. спостерігається погіршення купівельної спроможності населення, про що свідчить динаміка індексу фізичного обсягу роздрібногo товарообороту та індексу реальної заробітної плати. Однак у 2016 році ситуація дещо покращилась, про що свідчить зниження індексу споживчих цін до 112,4% в порівнянні з 143,3% у 2015 році.

Проведений аналіз даних офіційної статистики дає змогу зробити висновки, що в цілому торговельна галузь України має позитивну динаміку розвитку. Збільшення обсягів роздрібногo товарообороту дає додатковий поштовх у розвитку економіки країни в цілому. Однак перманентна політична нестабільність України призводить до дестабілізації роботи всіх соціально-економічних систем, що відбивається й на динаміці стану та розвитку підприємницької діяльності у роздрібній торгівлі України.

Враховуючи залежність ефективності підприємницької діяльності від чинників зовнішнього оточення доведено необхідність кількісної оцінки їх впливу. Запропоновано та обґрунтовано графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі, який базується на розробленій багатофакторній регресійній моделі. Представлений метод оцінки дозволяє проводити ранжування кількісного виміру інтенсивності впливу як окремого зовнішнього чинника на результативний показник, так і впливу всієї сукупності чинників, навіть за умов їх різної спрямованості.

Рівень інтенсивності впливу зовнішніх чинників на ефективність

підприємницької діяльності базується на середніх за сукупністю показниках еластичності багатofакторної лінійної регресійної моделі та дозволяє ранжувати їх вплив на результативний показник.

Представлений графоаналітичний метод дозволяє проводити оцінку інтенсивності впливу сукупності зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі за допомогою площі багатокутника, в якому кількість вершин та сторін дорівнює кількості чинників впливу.

Для проведення експрес-оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі запропоновано методичний підхід, який базується на формалізованому нормуванні показників із урахуванням кількісного діапазону можливих значень та передбачає проведення процедури векторного зонування на основі матриці, кожен сегмент якої характеризує рівень ефективності за векторами прибутковості та відповідності.

Економічна сутність та багатоплановість оцінки основних векторів зонування передбачає оцінку кількісних і якісних показників, які необхідно трансформувати до єдиного кількісного значення за допомогою формалізованого нормування показників. Для більш повної синтетичної деталізації показники оцінки згруповано за характеристиками: 1) можуть мати як від'ємне, так і невід'ємне значення; 2) мають обмеження у вигляді інтервалу між мінімальним та максимальним значенням; 3) мають кількісне мінімальне обмеження; 4) відбивають динаміку зміни показника. Зонування ефективності проведено на основі векторної матриці рівня ефективності, яка утворюється функціями прибутковості та відповідності.

Після визначення позиції рівня ефективності підприємницької діяльності в межах окремих зон матриці зонування важливо встановити можливу траєкторію його зміни, що дозволяє визначити сильні/проблемні напрями ефективності окремого суб'єкта в межах конкурентної групи.

Експрес-оцінку ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі за розробленим методичним підходом проведено за 2015–2016 рр. на базі репрезентативної сукупності суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібній

торгівлі форматів універсам і супермаркет (товарною спеціалізацією – переважно продовольчі товари), різних за формами власності та місцем розташування. Результати проведеної оцінки засвідчили адекватність і актуальність пропонованого методичног інструментарію її проведення.

Результати наукових (експериментальних) досліджень даного розділу наведено в таких публікаціях [78; 80; 219; 221].

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

3.1. Формування ієрархічної моделі комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі

Висока динамічність, багатоаспектність та багатокомпонентність галузевих умов підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі здійснює значний вплив на суб'єктів господарювання та приводить до необхідності побудови гнучкої системи оцінки ефективності, яка володіє високими аналітичними властивостями та відповідає сучасним умовам господарювання. За проведеним дослідженням фахової літератури [85; 103; 117; 170; 223] автором виділені головно ознаки, якими має володіти така система оцінки:

- висока розвиненість та організованість систем збору, обробки та аналізу інформації щодо всіх аспектів торговельно-виробничої, фінансової, економічної діяльності; руху матеріальних і фінансових потоків; наявності, витрачання та потреб необхідних ресурсів; стану та тенденцій змін ринкових умов;

- створення єдиного інформаційного простору за рахунок інтеграції аналітичних інструментів; дослідження впливу різних зовнішніх і внутрішніх подій на параметри бізнес-процесів; логічне виведення оцінки поточного стану; генерація регуляторних впливів щодо прийняття рішень на всіх ієрархічних рівнях бізнес-аналітики: стратегічному – контроль та управління продуктивністю, формування стратегії, розробка завдання для аналітичного рівня; аналітичному – локалізація проблем: тренди, формування моделей передбачення, формування завдань для операційного рівня; операційному – формування операційних ініціатив у сферах: збільшення продуктивності бізнес-процесів, зростання ступеня самостійності персоналу в прийнятті рішень, зростання інтенсивності контактів із зовнішніми контрагентами;

– вчасне реагування на динамічність змін економічної ситуації з боку попиту та пропозиції; на появу ознак падіння конкурентоспроможності; на загрозу значних ризиків із боку стейкхолдерів; регулювання параметрів бізнес-процесів для досягнення необхідної ефективності функціонування всієї системи;

– можливість систематичного контролю та коригування економічної ефективності.

Урахування цих особливостей економічної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі потребує удосконалення існуючих систем оцінки, впровадження більш сучасних методів та моделей економічної ефективності, діагностики та контролю функціонування суб'єктів господарювання галузі, які дозволять підвищити обґрунтованість та оперативність рішень, що приймаються.

Аналіз науково-методичних підходів до вимірювання ефективності діяльності суб'єктів господарювання українських дослідників та сучасного досвіду міжнародного рівня свідчить про недостатню розробку принципово важливих питань щодо особливостей оцінки ефективності підприємницької діяльності з позиції інноваційних для розвиненої ринкової економіки підходів. Недостатньо вивченими є методи, які дозволяють комплексно враховувати інтереси стейкхолдерів.

Необхідність вирішення питань підвищення ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі шляхом забезпечення консенсусу між результативністю та віддачею здійснених дій потребує удосконалення методичних засад, аналітичних підходів та нової логіки розробки комплексної системи оцінки ефективності підприємницької діяльності в ритейлі.

Різноманітні аспекти оцінки ефективності висвітлювалися в наукових працях багатьох вітчизняних і закордонних вчених-економістів, серед яких: М.В. Братанич, А.Е. Воронкова, А.А. Турило, С.А. Матюх, Л.В. Пурижова, Т. Гринько, М. Кошевий, Е. Нілі, К. Адамс, М. Кеннерлі, Б. Фелпс [25; 49; 130;

139; 163; 199; 205; 237] та ін.; галузева специфіка функціонування та оцінки ефективності підприємств торгівлі охарактеризована в дослідженнях таких авторів, як: Балабан П.Ю., В.А. Гросул, Н.С. Краснокутська, А.А. Мазаракі, В.А. Павлова, М.В. Чорна [11; 46; 64; 149; 150; 212; 195; 240] та ін. Аналіз цих та інших опублікованих праць і практика господарської діяльності вітчизняного ритейлу свідчать про недостатню розробку принципово важливих питань щодо формування комплексної системи оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що орієнтує на максимальну реалізацію інтересів стейкхолдерів із урахуванням ризиків.

Детальний аналіз існуючих концепцій, проведений у першому розділі даної роботи, виявив їх специфіку, особливості та можливості застосування для оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. Доведено, що загальна проблема вимірювання ефективності підприємницької діяльності підприємства полягає в тому, що суб'єкти господарювання мають лише можливість обґрунтовувати й приймати половинчасті або окремі рішення. Більшість моделей ефективності характеризуються тим, що забезпечують поглиблене розуміння лише окремих, але не всіх аспектів ефективності, які необхідно контролювати і вимірювати. Сучасний менеджмент висуває більш складні завдання аналізу ефективності, що полягають не лише в оцінці досягнутого рівня результатів діяльності, але й, насамперед, у виявленні резервів та можливостей їх покращення для надання рекомендацій, необхідних для прийняття виважених і комплексних управлінських рішень як на всіх рівнях управління, так і за всіма складовими господарського процесу.

Новим, більш досконалим, напрямом у дослідженні ефективності підприємницької діяльності є концепція Е. Нілі, К. Адамса та М. Кеннерлі «призми ефективності», яка заснована на урахуванні «сильних» сторін існуючих поглядів і методів вимірювання ефективності, пов'язуючи їх в єдине ціле, та являє собою більш повну, логічну і доступну для розуміння систему вимірювання [139].

Структура призми ефективності складається з п'яти взаємопов'язаних

елементів: задоволення зацікавлених сторін, вклад зацікавлених сторін, стратегії, процеси і можливості (рис. 3.1).

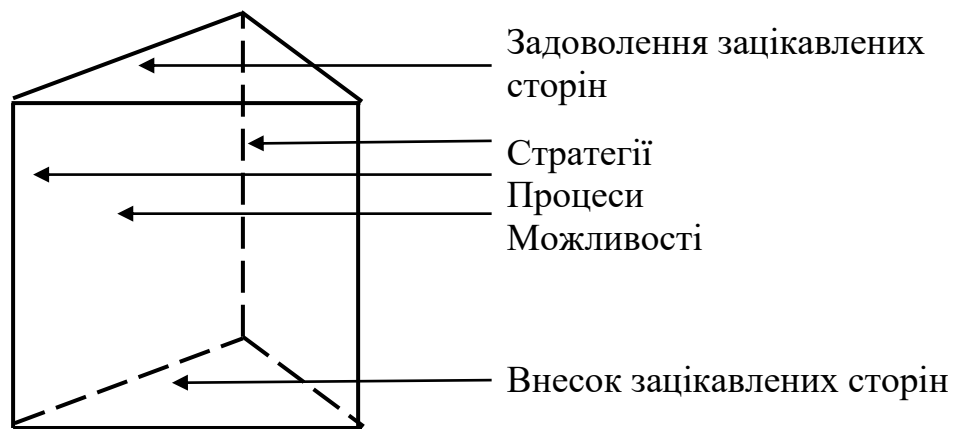


Рис. 3.1. Базова модель «Призми ефективності» [139]

Performance Prism (призма ефективності) визнана світовою економічною спільнотою концепцією інноваційного вимірювання ефективності й управління ефективністю другого покоління. Її перевага над іншими концепціями полягає в тому, що вона охоплює всі зацікавлені сторони суб'єкта господарювання: інвесторів, клієнтів і посередників, співробітників, постачальників, регуляторів і спільноти (за термінологією першоджерела) [139]. Вона здійснює це двома способами: з огляду на потреби зацікавлених сторін і того, що потрібно суб'єкту господарювання від зацікавлених сторін. Таким чином, аналізуються взаємні відносини з кожною зацікавленою стороною.

Відповідно концепції «призми ефективності» в процесі досліджень ефективності має бути виділено п'ять логічно взаємопов'язаних аспектів: задоволеність зацікавленої сторони (stakeholder satisfaction); внесок зацікавленої сторони (stakeholder contribution); стратегії (strategies); процеси (processes); можливості (capabilities). Філософія призми ефективності заснована на переконанні про те, що ті суб'єкти господарювання, які прагнуть успіху в довгостроковій перспективі в умовах сучасного ділового середовища, повинні мати виключно чітке уявлення щодо своїх ключових зацікавлених сторін. Для

того щоб не помилитися у визначенні стратегій, яких слід дотримуватися для забезпечення вимог/потреб зацікавлених сторін, вони мають розуміти, які процеси потрібні суб'єкту підприємницької діяльності для реалізації даних стратегій і визначити необхідні для впровадження цих процесів можливості.

Найбільш прогресивні власники та менеджери також ретельно розглядають потреби суб'єкта господарювання, пов'язані з його зацікавленими сторонами: лояльність співробітників, прибутковість клієнтів, довгострокові інвестиції та ін.

Прогресивність концепції «призми ефективності» полягає в переконанні в тому, що аналітичні дослідження потрібно починати з зацікавлених сторін, а ні зі стратегії. Відповідно до бачення концепції, однією з головних помилок оцінювання ефективності є те, що вимірювання виводяться виходячи зі стратегії.

З такої позиції вимірювання пропонується здійснювати за п'ятьма ключовими напрямками: 1) задоволеність зацікавленої сторони – хто є ключовими зацікавленими сторонами та чого вони потребують; 2) стратегії – які стратегії мають бути реалізовані, для задоволення потреби визначених зацікавлених сторін; 3) процеси – які необхідні критичні процеси для впровадження цих стратегій; 4) можливості – які можливості потрібні для приведення в дію та посилення виділених процесів; 5) внесок зацікавленої сторони – який внесок потрібен суб'єкту господарювання з боку зацікавлених сторін для підтримки й розвитку цих можливостей.

Автори концепції «призми ефективності» наводять таку аналогію – коли призма переломлює світло, вона ілюструє приховану складність того, що схоже, на перший погляд, на таке просте явище як біле світло та розкладає його на компоненти. Так само відбувається і з економічними процесами під час вимірювання ефективності. Вона ілюструє приховану складність корпоративного світу. Одномірні, традиційні концепції розглядають лише окремі компоненти цієї складності, у той час, коли кожна з них проєцирує унікальну перспективу на питання ефективності. Для того щоб зрозуміти

неодномірність ефективності, необхідно аналізувати її з точки зору множинних і взаємопов'язаних аспектів, пропонує концепцією призми ефективності.

Таким чином, «призма ефективності» є новою дослідницькою базою, розробленою для подолання обмежень збалансованої системи показників. Її прогресивність полягає в перенесенні акцентів з побудови системи управління ефективністю діяльності суб'єкта господарювання навколо стратегій, на орієнтацію на основних стейкхолдерів.

Використання базових положень концепції «призми ефективності» з урахуванням специфіки роздрібною торгівлі діяльність та особливості споживчого ринку, дало можливість сформулювати ієрархічну модель комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності (ЕПД) в роздрібній торгівлі на засадах реалізації інтересів стейкхолдерів (рис. 3.2). Відповідно до авторського бачення, вимірювання ефективності підприємницької діяльності в ритейлі має бути цілісним багаторівневим процесом, який дає можливість кількісно оцінити результативність та віддачу всього комплексу бізнес-процесів [218].

Характерною особливістю запропонованої моделі та її відмінною рисою в порівнянні з існуючими, є урахування під час її побудови наступних вихідних положень:

- суб'єктам підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі не можна концентруватися виключно на потребах однієї або декількох традиційних зацікавлених сторін у бізнесі (зазвичай це акціонери (інвестори) і клієнти), якщо вони прагнуть стабільно функціонувати та бути конкурентоспроможними в довгостроковій перспективі;

- суб'єкти підприємницької діяльності в торгівлі та їхні стейкхолдери будують свої відносини, виходячи з міркувань взаємних зобов'язань і взаємообумовленості. Стейкхолдери здійснюють свої дії – внески, розраховуючи у відповідь на адекватні реакції суб'єкта підприємницької діяльності. Суб'єкти господарювання, зі свого боку, мають певні потреби, які можуть задовольнити лише за участі стейкхолдерів.

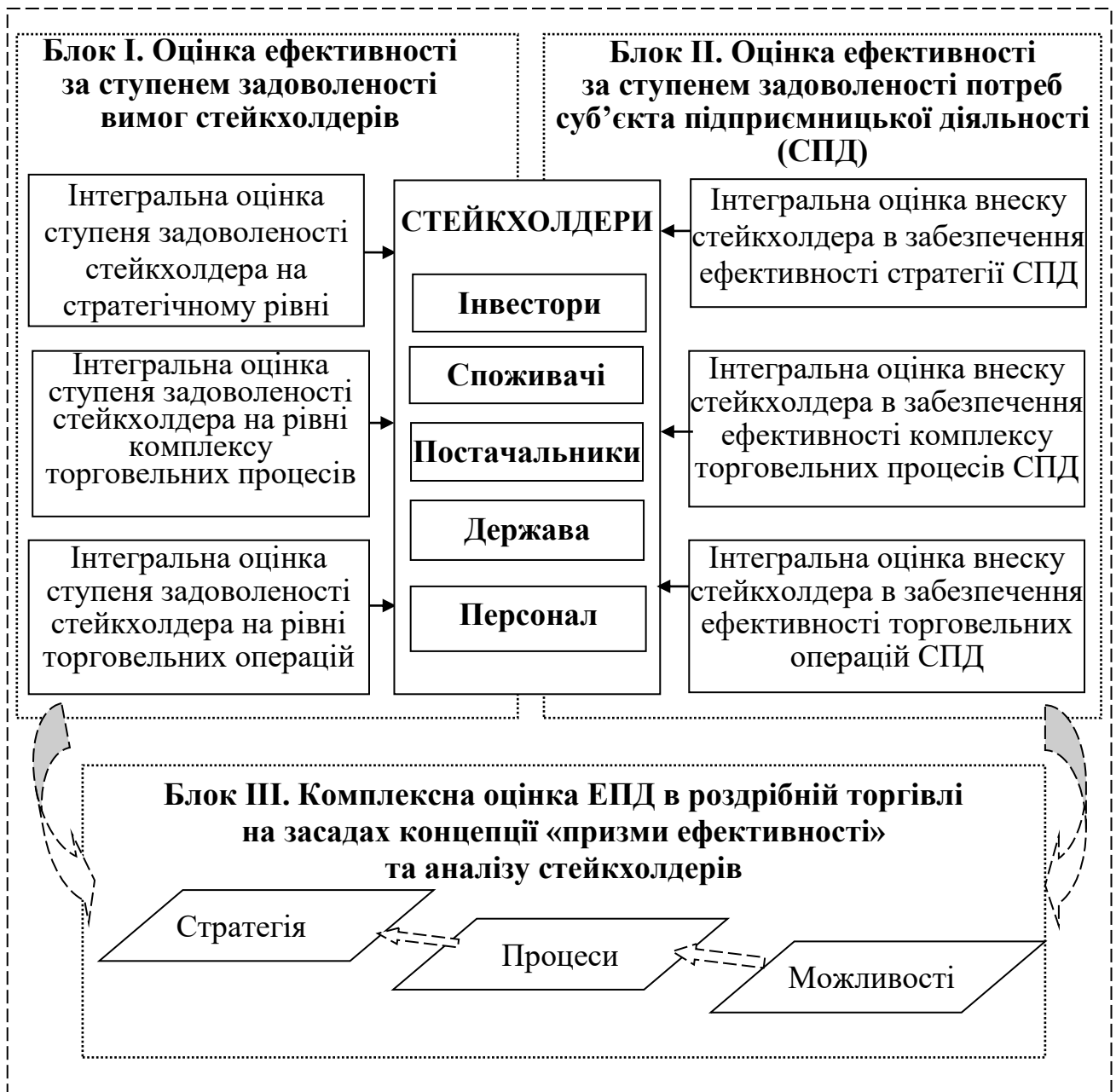


Рис. 3.2. Ієрархічна модель комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі (розроблено автором)

Таким чином, усі суб'єкти підприємницької діяльності намагаються отримати певний внесок від кожної із зацікавлених сторін, так само всі стейкхолдери прагнуть отримати певні вигоди від суб'єктів підприємницької діяльності. Визначальним критерієм ефективності роботи конкретного суб'єкта господарювання є вміння керувати взаємовідносинами з кожною із зацікавлених сторін, забезпечуючи максимальну вигоду взаємовідносин та

одночасно отримувати й навіть збільшувати цільовий прибуток;

- об'єктивним явищем для сучасного стану економіки України, що здійснює перманентний вплив на діяльність суб'єкта підприємництва є наявність невизначеності як невід'ємного елементу всіх процесів, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі, тому його урахування є необхідним елементом системи оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі;

- стратегія, потужності та бізнес-процеси суб'єктів підприємницької діяльності мають бути узгодженими, пов'язаними між собою та націленими на ефективність, якщо вони прагнуть займати найбільш вигідну конкурентну позицію та приносити реальну вигоду всім стейкхолдерам.

Центральне місце в структурі представленої на рис. 3.2 ієрархічної моделі комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, займають стейкхолдери конкретного суб'єкта підприємницької діяльності, який має вирішити подвійне завдання: з'ясувати хто є зацікавленими сторонами та в чому виражаються їхні потреби в даному бізнесі, а також визначити якого внеску (чого) суб'єкт підприємництва потребує від своїх стейкхолдерів. Осмислення цієї інформації отримує подальше застосування в якості підґрунтя для обчислювальних процедур I-го та II-го блоків: «Оцінка ефективності за ступенем задоволеності вимог стейкхолдерів» та «Оцінка ефективності за ступенем задоволеності потреб суб'єкта підприємницької діяльності».

Призначенням аналітичних досліджень I-го та II-го блоків є синхронне проведення інтегральних оцінок ефективності за трьома ієрархічними рівнями:

- оцінка ступеня задоволеності стейкхолдера на стратегічному рівні й оцінка його внеску в забезпечення ефективності стратегії суб'єкта підприємницької діяльності;

- оцінка ступеня задоволеності стейкхолдера на рівні комплексу торговельних процесів (генерування та задоволення попиту, управління діяльністю тощо) й оцінка внеску стейкхолдера в забезпечення ефективності

комплексу торговельних процесів суб'єкта підприємницької діяльності;

- оцінка ступеня задоволеності стейкхолдера на рівні торговельних операцій (реалізація товарів, обслуговування покупців та ін.) й оцінка його внеску в забезпечення ефективності торговельних операцій суб'єкта підприємницької діяльності.

Це забезпечує формування масиву аналітичної інформації щодо комплексу процесів і можливостей, потрібних для реалізації стратегій, які, з одного боку, сприятимуть підвищенню якості взаємодії зі стейкхолдерами, з іншого – забезпеченню потреб суб'єкта підприємницької діяльності.

Блок III. Комплексна оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції «призми ефективності» та аналізу стейкхолдерів здійснюється на основі узагальнення інтегральних оцінок, отриманих за результатами обчислень I-го та II-го блоків та забезпечує можливість визначити: по-перше, які стратегії повинні бути реалізовані, щоб задовольнити потреби зацікавлених сторін та отримати внесок від них у забезпечення ефективності відповідно до вимог суб'єкта підприємницької діяльності; по-друге, які процеси потрібні суб'єкту для реалізації даних стратегій; по-третє, які можливості вже є або необхідно створити для впровадження цих процесів.

Ієрархічна модель комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі з огляду на реалізацію мети дисертаційного дослідження має наступні методичні та прикладні властивості: дає чітке бачення щодо необхідного внеску з боку ключових зацікавлених сторін для підтримки та розвитку стратегічних і тактичних можливостей із забезпечення ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі; уможливорює вимірювання ступеня задоволеності стейкхолдерів та визначення фактичної цінності суб'єкта підприємницької діяльності з точки зору зацікавлених сторін; створює передумови для виявлення резервів росту ефективності та стимулювання їхнього комплексного використання.

Оціночна система аналітичного процесу комплексної оцінки ефективності

підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції «призми ефективності» та аналізу стейкхолдерів має бути індивідуально розроблена під конкретного суб'єкта господарювання (рис. 3.3). Аналітична робота з дослідження ключових стейкхолдерів починається з найвищого рівня управління – стратегічного (Ес). За умов стратегічного підходу оцінні показники цього етапу мають забезпечити врахування стратегії розвитку суб'єкта господарювання та відобразити причинно-наслідковий зв'язок зі встановленими стратегічними цілями суб'єкта господарювання, забезпечуючи можливість вимірювання ефективності діяльності, навіть за відсутності чіткої стратегії. Показники оцінки мають концентрувати увагу не лише на фактичних подіях, але й на тих, що повинні відбутися в майбутньому, тобто складатися не лише з вимірників, що оцінюють рівень ефективності, досягнутий в минулому, але й містити індикатори майбутньої ефективності. Аналіз запропоновано здійснювати шляхом послідовного проведення таких аналітичних процедур:

- 1) розрахунок та оцінка показників внеску n -го стейкхолдера за критеріями $Ecsn_{пп}$;
- 2) визначення ступеню досягнення очікувань та потреб суб'єкта підприємницької діяльності за критерієм $Ecsn_{пс}$;
- 3) розрахунок інтегрального показника внеску відповідної групи стейкхолдерів – $IEcs_{пп}$.

Паралельно необхідно розрахувати показники оцінки ступеню задоволеності n -го стейкхолдера за критеріями $Ecsn_{пс}$, визначаючи ступінь досягнення його очікувань і потреб, які якумулюються в інтегральний показник задоволення потреб відповідної групи стейкхолдерів – $IEcs_{пс}$. Результати аналізу в подальшому є підставою для прийняття перспективних стратегічних рішень, оскільки суб'єкт підприємницької діяльності отримує можливість систематично здійснювати моніторинг потреб та очікувань основних стейкхолдерів, своєчасно виявляти необхідність змін та на основі цієї інформації – виявляти перспективні стратегічні цілі діяльності задля забезпечення консенсусу між очікуваннями та потребами зацікавлених сторін та самого суб'єкта підприємництва. Коригування діючої стратегії має здійснюватися шляхом декомпозиції стратегічних цілей до рівня процесів та можливостей суб'єкта



Рис. 3.3. Логічна схема аналітичного процесу комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції «призми ефективності» та аналізу стейкхолдерів (розроблено автором)

підприємницької діяльності.

Наступний ієрархічний рівень комплексної оцінки ефективності, процеси (Еп), має на меті генерування аналітичної інформації щодо основоположних процесів, які потрібні для реалізації стратегій та сприятимуть підвищенню якості взаємодії зі стейкхолдерами з одного боку й максимально наблизатимуть очікування та потреби суб'єкта підприємництва до бажаного (наміченого) рівня з іншого. На практиці перелік бізнес-процесів визначається індивідуально кожним суб'єктом підприємницької діяльності, виходячи із конкретних умов господарювання. Посилаючись на фахові наукові дослідження щодо характеристики бізнес-процесів у роздрібній торгівлі [179; 190], виділимо такі основні та допоміжні (обслуговуючі) бізнес-процеси: дослідження ринку та потреб споживачів, закупівля, транспортування, зберігання та реалізація товарів, інформаційне, адміністративно-господарське забезпечення, забезпечення безпеки; а також бізнес-процеси управління: стратегічне, фінансами, персоналом, проектами розвитку, бізнес-процесами та якістю.

Показники оцінки ефективності процесів із одного боку мають бути спрямовані на визначення особливостей ходу протікання торговельно-операційних процесів та їхніх результатів, з іншого – мають формуватися з урахуванням інтересів стейкхолдерів. Такі процесно-орієнтовані показники відповідають вимозі об'єктивної оцінки ефективності діяльності господарюючого суб'єкта. Інтегральні оцінки за показниками $IE_{пс}$ та $IE_{пн}$ створюють необхідну інформаційну базу, яка одночасно відображує поточні результати діяльності, та чинники, що сприяють високій ефективності, або погіршують ефективність окремих бізнес-процесів та/або діяльності суб'єкта підприємництва в цілому, а також є індикатором щодо необхідних коректив стратегії діяльності зі спрямованістю на удосконалення бізнес-процесів. Розробка та реалізація комплексу подальших управлінських дій з удосконалення процесів може відбуватися в таких формах, як здійснення мотивації персоналу на основі спеціально розроблених управлінських показників, генерування грошових потоків, тощо.

Третій рівень аналітичних досліджень, можливості (Ем), стосується таких сфер діяльності, як технології, інфраструктура, персонал, тощо, які необхідні для покращення процесів та оперування ними шляхом комплексної аналітичної обробки даних за окремими індивідуальними інтегральними показниками $Emsn_{nc}$ й $Emsn_{np}$ та їхніми узагальненими характеристиками – інтегральними показниками $IEms_{nc}$ й $IEms_{np}$. Аналітичні показники цієї групи повинні мати операційну спрямованість та в комплексі характеризувати операційну ефективність діяльності суб'єкта підприємництва – забезпечення реалізації стратегії; реалізація асортиментної та цінової політики, плану реалізації товарів, тощо; укладання договорів на постачання товарів, організація їхнього зберігання; передпродажна обробка товарів, розміщення товарів у торговельному залі, розрахункове обслуговування; надання інформації про реалізацію для оперативного обліку забезпечення зберігання та пошуку даних, обміну інформацією, доступу до інформації й комунікацій, зберігання та пошуку даних; здійснення фінансових та облікових операцій, формування фінансової звітності, управління податками, внутрішній фінансовий контроль і аудит; мотивація персоналу; аналіз проектних ініціатив розвитку, ініціювання проектів; контроль реалізації, регламентація бізнес-процесів, збір та аналіз інформації про функціонування бізнес-процесів. Систематичне надходження нової інформації за ієрархічними рівнями оцінки основних зацікавлених сторін дозволяє перманентно актуалізувати їхні потреби та на цій основі збільшувати результативність діяльності суб'єкта господарювання шляхом коригування стратегії його взаємовідносин зі стейкхолдерами та пов'язаних із цим процесів і можливостей за рахунок підвищення ефективності їх взаємовідносин.

Таким чином, з огляду на нову парадигму вимірювання ефективності, яка полягає в орієнтації на майбутнє, оцінка ефективності стає процесом збору даних та інформації для подальшого аналізу та інтерпретації. У результаті цього процесу виробляється розуміння причинно-наслідкових зв'язків, оскільки такий аналіз дозволяє виявляти стимули до підвищення або стримуючі чинники і чинники зниження ефективності. Це, у свою чергу, активізує процеси

управління ефективністю, за яких поняття та судження, що були вироблені на основі проаналізованих даних, перетворюються в рішення та дії.

Ієрархічна модель комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі за умови її змістовного наповнення прикладним інструментарієм досліджень забезпечує керівників і фахівців удосконаленим сучасним засобом вимірювання ефективності та визначення способів найбільш повного задоволення потреб та вимог обох категорій зацікавлених сторін – стейкхолдерів і самого суб'єкта підприємницької діяльності для прийняття обґрунтованих стратегічних, тактичних і оперативних рішень. Це дає можливість всебічно розглядати реальні проблеми та вирішувати практичні питання управління ефективністю, і на цій основі оптимізувати вже наявний потенціал суб'єктів підприємницької діяльності галузі, підвищуючи його віддачу та результативність, що є важливою передумовою забезпечення їхнього сталого розвитку та конкурентоспроможності в умовах кризових процесів, які відбуваються нині в економіці України [193].

3.2. Розробка системи комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі

В умовах ускладнення макро- й мікроекономічних процесів сучасного ринкового середовища та зростання невизначеності процесів прийняття рішень змінюються парадигмальні, концептуальні та прикладні підходи до управління ефективністю та розвитку підприємницьких структур у роздрібній торгівлі. Теорія стейкхолдерів, яка сфокусована на ідеях концепції призми ефективності, дозволяє менеджменту суб'єктів господарювання галузі подивитися на ефективність під іншим кутом зору, що потребує реконфігурації важливих специфічних проблем. Однією з них є проблема формування системи оцінки ефективності, яка спроможна стати основою прийняття прогресивних бізнес-рішень для розвитку бізнесу на різних ієрархічних рівнях з урахуванням

специфіки роздрібної торгівлі.

У процесі свого розвитку суб'єкти підприємницької діяльності галузі потребують забезпечення логічного зв'язку між такими ракурсами ефективності як її вимірювання та управління (рис. 3.3). Удосконалений підхід, який пропонується для вимірювання ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, передбачає використання комплексу таких оцінних показників, які дозволяють синхронізувати оцінку потреб суб'єкта підприємництва та вимог його стейкхолдерів й зорієнтовані на розробку стратегічних рішень і засобів їх виконання з урахуванням процесів і можливостей конкретних суб'єктів підприємницької діяльності. Виходячи зі структури запропонованої ієрархічної моделі комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі (рис. 3.2) та на основі критичного переосмислення сучасних наукових досліджень щодо формування систем показників оцінки ефективності діяльності підприємств у сфері роздрібної торгівлі [2; 6; 12; 13; 16–18; 35; 37; 39–41; 44; 46; 48; 62; 64; 65; 71; 86; 93; 107; 108; 115; 122; 123; 128; 148; 153; 156; 157; 160; 167; 182; 188; 207; 211; 212; 214–216; 231; 239; 241; 242; 244], було сформульовано основні критеріальні характеристики та оцінні показники, що рекомендуються до включення в розрахунково-аналітичний комплекс із оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі (табл. 3.1). Теоретико-методичною основою запропонованої системи показників стали вербальні характеристики очікувань і потреб суб'єкта підприємництва в роздрібній торгівлі та його основних стейкхолдерів згідно з концепцією «призми ефективності», які були втілено в аналітичних показниках. Аналітичні показники згруповані за трьома ієрархічними рівнями: стратегічно-орієнтовані – ті, що безпосередньо або опосередковано характеризують досягнення стратегічних цілей суб'єкта підприємницької діяльності; процесно-орієнтовані – відображують особливості ходу протікання торговельних бізнес-процесів та їхні результати; операційно-орієнтовані – характеризують операційні можливості та операційну ефективність діяльності.

Таблиця 3.1

Аналітичні показники комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції «призми ефективності» та аналізу стейкхолдерів (розроблено автором)

Стейкхолдер – Споживачі		
Вербальна характеристика		
Очікування та потреби СПД: прибуток, зростання, обмін думками, ризик	Очікування та потреби зацікавленої сторони: різноманітність і відновлення асортименту; якість і безпека; прийнятні ціни; якість торговельної послуги; після продажні та супровідні послуги; задоволення вимог, які перманентно змінюються	
Аналітична характеристика		
Напрямок, рівень оцінки, аналітичні показники		Позначення
Стратегії		Ессс
Внесок стейкхолдера (бажання та потреби СПД)	Індекс економічних та інфляційних очікувань – ІЕІО	Ессс _{сп1}
	Частка ринку у конкурентній групі – Чрі.кг	Ессс _{сп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Коефіцієнт конкурентних переваг за якістю торговельних послуг (порівняння з максимальною в конкурентній групі СПД кількістю конкурентних переваг, що відповідають запитам споживачів щодо якості торговельних послуг) – Ккп _я	Ессс _{пс1}
	Коефіцієнт конкурентних переваг за ціною товару (порівняння з максимальною в конкурентній групі СПД кількістю конкурентних переваг, що відповідають запитам споживачів щодо ціни товарів) – Ккп _ц	Ессс _{пс2}
Процеси		Епсс
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Показник ефективності торговельних процесів у конкурентній групі – Дрод.пл	Епсс _{сп1}
	Коефіцієнт співвідношення динаміки товарообороту та індексу інфляції – Кт _{о/і}	Епсс _{сп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Індекс задоволеності споживачів – Ізс	Епсс _{пс1}
Можливості		Емсс
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Індекс співвідношення асортиментних позицій до зміни товарообороту – Іа/т _о	Емсс _{сп1}
	Індекс глибини асортименту за ціною – Іга _ц	Емсс _{сп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Рівень клієнтоорієнтованості – Рко	Емсс _{пс1}

Продовж. табл. 3.1

Стейкхолдер – Інвестори		
Вербальна характеристика		
Очікування та потреби СПД: капітал, кредит, ризик, підтримка	Очікування та потреби зацікавленої сторони: дохід, своєчасне повернення коштів і відсотків, кредитоспроможність, довіра (стабільність та тривалість відносин); низький рівень ризику роботи з клієнтом	
Аналітична характеристика		
Напрямок, рівень оцінки, аналітичні показники		Позначення
Стратегії		Ecsi
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Модифікований показник рівня рентабельності власного капіталу – Rk	Ecsi _{пн1}
	Надійність інвестора (ліквідність банку-інвестора) – Lt	Ecsi _{пн2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Індекс чистого прибутку – Ірчп	Ecsi _{пс1}
	Надійність позичальника (інтегральний показник) – Нп	Ecsi _{пс2}
Процеси		Epsi
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Економічна додана вартість –EVA	Epsi _{пн1}
	Середньозважена вартість фінансового кредиту – ВФК	Epsi _{пн2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Довгострокова кредитоспроможність – Кспд	Epsi _{пс1}
	Фінансова результативність – EBITDA	Epsi _{пс2}
Можливості		Emsi
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Індекс рентабельності товарообороту – Ірто	Emsi _{пн1}
	Сукупний ефект операційно-фінансового леввериджу – СЕОФЛ	Emsi _{пн2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Короткострокова кредитоспроможність – Кспк	Emsi _{пс1}
	Індекс фінансової стійкості – Іфс	Emsi _{пс2}

Продовж. табл. 3.1

Стейкхолдер – Постачальники		
Вербальна характеристика		
Очікування та потреби СПД: швидкість, надійність, оптимізація витрат, ризик	Очікування та потреби зацікавленої сторони: прибуток, зростання, стабільність та тривалість партнерських відносин; висока фінансова дисципліна; відповідальність щодо забезпечення встановлених умов договору; низький рівень ризику роботи з покупцем	
Аналітична характеристика		
Напрямок, рівень оцінки, аналітичні показники		Позначення
Стратегії		Ессп
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Тривалість операційного циклу – Тоц	Ессп _{пп1}
	Індекс оптового товарообороту – Іто.опт	Ессп _{пп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Коефіцієнт платоспроможності – Кпл	Ессп _{пс1}
	Індекс роздрібного товарообороту – Іто.розд.	Ессп _{пс2}
Процеси		Емсп
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Коефіцієнт ритмічності поставок – Ікр	Епсп _{пп1}
	Рівень логістичних витрат – Рвл	Епсп _{пп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Коефіцієнт простроченої кредиторської заборгованості – Ккзпр	Епсп _{пс1}
	Кореляція оборотності та рентабельності товарних запасів – Ррт,зтз	Епсп _{пс2}
Можливості		Емсп
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Інтегральний індекс задоволеності суб'єкта підприємницької діяльності постачальниками – Ізтп	Емсп _{пп1}
	Кореляція дебіторської та кредиторської заборгованості – Рдз,кз	Емсп _{пп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Коефіцієнт обсягу поставок – Коп	Емсп _{пс1}
	Інтегральний індекс задоволеності постачальників співпрацею із суб'єктом підприємницької діяльності – Ізп	Емсп _{пс2}

Продовж. табл. 3.1

Стейкхолдер – Держава (фіскальні, керівні та регулятивні органи)		
Вербальна характеристика		
Очікування та потреби СПД: законодавство, норми, підтримка, стабільність інноваційний розвиток економіки; формування ринкової інфраструктури; високий рівень доходів та платоспроможності населення	Очікування та потреби зацікавленої сторони: економічне зростання і стабільний розвиток національної економіки, законність (виплата податків, діяльність у відповідності з законом, внесок у бюджет та ін.); соціальний захист і зайнятість населення.	
Аналітична характеристика		
Напрямок, рівень оцінки, аналітичні показники		Позначення
Стратегії		Ес
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Індекс інфляції – Іі	Есд _{пп1}
	Індекс інвестицій у реальний сектор економіки – Ірс	Есд _{пп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Коефіцієнт фінансової стійкості – КФС	Есд _{пс1}
	Коефіцієнт зайнятих у торговельному підприємстві – Кзтп	Есд _{пс2}
Процеси		Епсд
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Індекс реальних доходів населення – Ірдн	Епсд _{пп1}
	Індекс росту населення – Ірн	Епсд _{пп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Індекс податкової віддачі – Іпв	Епсд _{пс1}
	Кореляція прийнятих та звільнених працівників – Рппр;зпр	Епсд _{пс2}
Можливості		Емсд
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Індекс купівельної спроможності населення – Ікуп.спр.	Емсд _{пп1}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Індекс плинності персоналу – Іпл.п	Емсд _{пс1}

Закінч. табл. 3.1

Стейкхолдер – Персонал		
Вербальна характеристика		
Очікування та потреби СПД: кваліфікованість, продуктивність, згуртованість, ризик	Очікування та потреби зацікавленої сторони: задоволеність умовами праці, навички, оплата праці	
Аналітична характеристика		
Напрямок, рівень оцінки, аналітичні показники		Позначення
Стратегії		Ессп
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Продуктивність праці – Пп	Ессп _{пп1}
	Коефіцієнт стабільності персоналу – Кт.к.	Ессп _{пп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Індекс середньомісячної заробітної плати – Ізп	Ессп _{пс1}
	Індекс задоволеності умовами праці – Ізупр	Ессп _{пс2}
Процеси		Епсп
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Коефіцієнт інтенсивності праці – Кінт	Епсп _{пп1}
	Індекс рентабельності персоналу – ІРперс.	Епсп _{пп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Фондоозброєність – ФО	Епсп _{пс1}
	Індекс професійного зростання – І підв.квал.	Епсп _{пс2}
Можливості		Емсп
Внесок стейкхолдерів (бажання та потреби СПД)	Кореляція між темпами зміни заробітної плати та продуктивністю праці – Рзп.пп	Емсп _{пп1}
	Кореляція між темпами зміни заробітної плати та рентабельністю персоналу – Рзп.рп	Емсп _{пп2}
Задоволеність вимог стейкхолдерів (бажання та потреби стейкхолдерів)	Коефіцієнт оновлення основних фондів – Кон.оф	Емсп _{пс1}
	Інтегральний індекс задоволеності робітників – Із	Емсп _{пс2}

Відбір показників для оцінки здійснено шляхом критичного аналізу фахових наукових досліджень із питань стратегічного, процесно-орієнтованого, оперативного, операційного управління в торгівлі; ризик-менеджменту; аналізу споживчого ринку та поведінки споживачів; інвестиційної діяльності, управління персоналом та логістики в роздрібній торгівлі [12; 16; 35; 37; 44; 48; 62; 64; 65; 86; 93; 107; 108; 115; 123; 148; 156; 160; 167; 188; 195; 211; 212; 214; 216; 224]. Кінцевий відбір показників здійснено із залученням експертів – провідних фахівців галузі, опитування яких було здійснено з використанням методу експертних оцінок. Необхідна кількість експертів була визначена на основі розрахунків ступеня довіри і встановленої відносної помилки за допомогою формули (3.1)

$$n = \frac{t_{\alpha}^2}{\varepsilon^2} \quad (3.1)$$

де n – обсяг вибіркової сукупності;

t_{α} - кількість середніх квадратичних відхилень, необхідних для того, щоб вірогідність попадання в одержану ділянку дорівнювала α ;

ε – гранично допустима відносна помилка (задається дослідником).

Для забезпечення високої надійності розрахунків довірча вірогідність складає 95-99,7%, що відповідає 2-3 нормальним розподілам. Нами визначена достатність 95% довірчої вірогідності за граничної відносної погрішності 0,5. Для таких умов t_{α} приймає значення 1,96. Згідно формули 3.1, n дорівнює 15,32. Таким чином, для отримання достовірних результатів експертної оцінки достатньо провести опитування 15 – ти експертів.

Анкета опитування та результати експертної оцінки наведені у дод. К (табл. К.1). За результатами опитування розроблена система показників комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції «призми ефективності» та аналізу стейкхолдерів була в цілому схвалена та після коригування згідно із висловленими думками експертів використана у подальших дослідженнях.

На стратегічному рівні зроблено акцент на показники аналізу й оцінки ситуації на ринку, що відображують стан макросередовища, стан і перспективи розвитку галузі, стан конкуренції в цілому в галузі та стан найближчих конкурентів, оскільки це є першочерговим завданням стратегічних досліджень у роздрібній торгівлі. Спираючись на фахові стратегічно-орієнтовані дослідження щодо особливостей комплексної оцінки ефективності функціонування роздрібною торгівлі як галузі в складі національної економіки, на споживчому ринку, а також характеристики діяльності господарюючих суб'єктів у роздрібній торгівлі в конкурентному середовищі, вибір стосовно оцінних показників внеску стейкхолдерів стратегічного рівня оцінки полягає в наступному.

Стейкхолдер «Споживачі». Задля досягнення своїх цілей суб'єкти підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, перш за все, орієнтуються на попит, тому специфіка їхньої діяльності проявляється в тому, що ефективність функціонування значною мірою залежить від стану та структури попиту населення. Попит є надзвичайно нестабільною категорією, що залежить від численних чинників. Складовими платоспроможного попиту є потреби покупців і грошові доходи. Їхня зміна в бік зменшення підвищує ризик погіршення результативних показників і ефективності діяльності в цілому, невпевненості в отриманні запланованих обсягів товарообороту та прибутку.

Оскільки поведінка споживачів залежить не тільки від об'єктивних показників, але й від суб'єктивного сприйняття економічної ситуації, внесок стейкхолдера «Споживачі» запропоновано оцінювати за показниками: індекс економічних та інфляційних очікувань – ПЕІО та частка ринку у конкурентній групі – Чрі.кг. Показник ПЕІО ($E_{csc_{пт1}}$) розраховується за даними комплексних досліджень споживчих настроїв в Україні, які проводиться з червня 2000 року. Споживчі настрої вважаються *leading indicator*, тобто ці показники є прогностичними індикаторами потенційної зміни споживчого попиту, показують рівень і динаміку оптимізму як щодо економічної ситуації, так і до соціального положення регіону [234, 235]. У процесі дослідження споживчих настроїв

визначають комплекс наступних індексів: індекс поточного особистого матеріального становища (i_1); індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (i_2); індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (i_3); індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (i_4); індекс доцільності робити великі покупки (i_5), на підставі яких визначають три сукупні індекси: індекс споживчих настроїв – ІСН ($\overline{i_1-i_5}$), індекс поточного становища – ІПС ($\overline{i_1, i_5}$), індекс економічних очікувань – ІЕО ($\overline{i_2, i_3, i_4}$). Значення індексів ІСН, ІПС, ІЕО можуть змінюватися в межах від 0 до 200 од., верхня межа досягається в тому разі, коли всі громадяни позитивно оцінюють економічну ситуацію, 100 од. відповідає рівним часткам позитивних і негативних оцінок, значення індексу менше 100 означає, що в суспільстві переважають негативні оцінки. Іншу методику обчислень мають індекси очікувань щодо динаміки безробіття – ІОДБ, інфляційних очікувань – ІІО, дефляційних очікувань – ІДО обчислюють таким способом: від частки відповідей, що свідчать про зростання безробіття (інфляції, девальвації), віднімають частку відповідей, що свідчать про їхнє зменшення, і до цієї різниці додають 100, щоб уникнути появи від'ємних величин. Таким чином, значення індексу дорівнює 200, якщо всі громадяни передбачають зростання безробіття (інфляції, девальвації). За даними табл. 3.1, 2017 р. характеризується покращенням споживчих настроїв українців. Індекс споживчих настроїв дорівнює 58,0, що на 7,7 пунктів більше, ніж за аналогічний період 2016 р. та на 12, 4 п. більше, ніж у 2015 р. Аналогічну тенденцію до зростання мають ІПС та ІЕО. Однак, робити оптимістичні висновки щодо прогнозів попиту лише за даними цих показників неможна, оскільки песимістичні настрої щодо розвитку економіки країни є достатньо вагомими та демонструють незначні тенденції до покращення й навіть погіршуються. Такими є індекси інфляційних та девальваційних очікувань.

Для підвищення інформативності та прогностичних можливостей нашого дослідження запропоновано на підставі індексів економічних та інфляційних очікувань розрахувати індекс економічних та інфляційних очікувань – ІЕІО,

який поєднує у собі ці дві найважливіші прогностні характеристики споживчого попиту. Задля узгодженості методик розрахунків даних показників, попередньо було здійснено приведення ПО до порівняного вигляду (табл. Л.1, дод. Л). Розрахований ПЕІО дозволив забезпечити консенсус між рівнем споживчого оптимізму та інфляційними очікуваннями: у 2017 р. ПЕІО дорівнює 40,8, що на 0,3 пункти більше, ніж у 2016 р. та на 5,9 пункти більше ніж у 2015 р., що відображує різну динаміку його компонентів.

Таблиця 3.2

Індекси економічних та споживчих очікувань в Україні 2015 – 2017 р.р.

Місяць, рік	Індекс споживчих настроїв (ІСН)	Індекс поточного становища (ІПС)	Індекс економічних очікувань (ІЕО)	Відхилення +; – до попереднього періоду	Індекс очікувань щодо динаміки безробіття (ІОДБ)	Індекс інфляційних очікувань (ІО)	Відхилення +; – до попереднього періоду	Індекс девальваційних очікувань (ІДО)	Інтегральний індекс економічних та інфляційних очікувань ПЕІО*	Відхилення +; – до попереднього періоду
05.2017	58,0	51,2	62,6	+10,4	135,7	181,1	-1,1	142,7	40,8	+5,6
05.2016	50,3	47,0	52,5	+ 0,5	150,3	182,2	+0,2	139,2	35,2	+0,3
05.2015	45,6	36,4	51,7	-	157,1	182,0	-	132,6	34,9	-

Примітка * Розраховано автором за даними [235] (табл. Л.1, дод. Л).

Вибір показника $E_{sc_{m2}}$ – частка ринку в конкурентній групі пояснюється тим, що об'єктивною потребою суб'єкта підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що розвивається, є зростання ринкової частки. У цьому сенсі слушною є аргументація, наведена В.А. Гросул та Н.Е. Аванесовою в монографії «Оцінка ефективності функціонування підприємств торгівлі з позиції ключових стейкхолдерів» [64, с. 90-92] щодо визначення частки суб'єкта господарювання в роздрібній торгівлі на ринку, де він функціонує, а саме: у доцільності обрання критеріального показника «Частка товарообороту в обсязі реалізації суб'єктів підприємницької діяльності конкурентної групи».

Стейкхолдер «Інвестори»: виходячи з визначеної вербальної характеристики очікувань і потреб суб'єкта підприємницької діяльності від цієї групи стейкхолдерів, а саме: капітал, кредит, ризик, підтримка, від інвесторів потребується надання капіталу задля поповнення оборотних активів, інвестиційних ресурсів, забезпечення соціальних потреб персоналу та покриття інших тимчасових фінансових потреб у необхідних обсягах та за прийнятними умовами.

У вітчизняній та міжнародній практиці напрацьовано багато методик аналізу ринку позикового капіталу та оцінки інвесторів із боку суб'єктів господарювання [31; 32; 42; 82; 89; 216; 218]. Детальний розгляд питань щодо узагальнення та систематизації методів оцінки ефективності використання інвестиційних ресурсів із урахуванням галузевих особливостей роздрібно торгівлі наведено в монографії «Ефективність кредитування підприємств роздрібно торгівлі» [42]. У результаті узагальнення та критичного переосмислення наукових рекомендацій щодо вибору умов залучення різних форм і видів кредитів та оцінки кредитного ризику позичальника, визначено, що доцільність залучення позикового капіталу найбільш об'єктивно розкриває модифікований показник рівня рентабельності власного капіталу:

$$R_k = R_p \times (1 - P_n) + (R_p - R_v) \times L \times (1 - P_n), \quad (3.2)$$

де R_k – рівень рентабельності власного капіталу;

R_p – рівень економічної рентабельності досліджуваного підприємства;

P_n – ставка податку на прибуток;

R_v – рівень ставки кредиту за залучені ресурси;

L – фінансовий леверидж, який узагальнює коефіцієнт загальної заборгованості суб'єкта господарювання, що дорівнює відношенню позикового капіталу до власного.

Високі аналітичні можливості даної формули полягають в тому, що зі зростанням величини фінансового левериджу (при дотриманні умови $R_p > R_v$), відповідно зростає рівень рентабельності власного капіталу [42, с. 42].

Найбільш об'єктивну оцінку надійності інвестора (показник $Ecsi_{пт2}$) надає показник стану ліквідності банку-інвестора – Lt , розрахований за методикою, ефективність якої доведено шляхом імплементації в практику діяльності підприємства роздрібною торгівлі [42, с. 102-110].

Стейкхолдер «Постачальники». Специфічні особливості забезпечення суб'єкта підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі товарними ресурсами зумовлюють характер показників результативності та ефективності взаємодії з постачальниками. Тривалість операційного циклу – $Toц$ ($Ecsп_{пт1}$) дозволяє повною мірою охарактеризувати внесок стейкхолдерів-постачальників у сегменті очікувань і потреб суб'єкта підприємницької діяльності. Підтвердження даної тези знаходимо в тематичних наукових публікаціях Височин І.В., Вавдійчик І.М., Березіна О. В., Чорної М.В., Гросул В.А., Аванесової Н.Е. [16; 37; 38; 64; 211].

Показник $Ecsп_{пт2}$ – індекс оптового товарообороту – $Iто.опт.$ обрано з огляду на аргументацію Волкової Н.А. та Гогняк І.О. [48], які, проводячи аналіз сучасного стану галузі роздрібною торгівлі в Україні та динаміки її розвитку, надали переконливе обґрунтування щодо високих аналітичних властивостей оптового товарообороту як важливого показника, що відображує стан постачання товарів до суб'єктів господарювання в торгівлі, слушно зазначаючи, що саме оптові торговельні підприємства в більшості випадків є постачальниками для роздрібних.

Очікування та потреби суб'єкта підприємницької діяльності щодо фіскальних, керівних та регулятивних органів на стратегічному рівні оцінки полягають у необхідності встановлення прогресивних законодавчих норм, що сприяють розвитку підприємницької активності, забезпечують стабільність та інноваційний розвиток економіки, формування ринкової інфраструктури, високий рівень доходів та платоспроможності населення, гнучкість, адаптивність податкової системи. Важливим завданням соціально-економічного розвитку є забезпечення таких розмірів доходів населення, які дозволяють не лише створити стимули зростання номінальних і реальних доходів, але й довести їх до сфери

споживання. Спираючись на дослідження особливостей механізму функціонування споживчого ринку та його ролі в забезпеченні розширеного суспільного відтворення, макроекономічних показників стану розвитку та визначення ключових тенденцій у вітчизняній роздрібній торгівлі [2; 12; 46; 64; 86; 195; 209; 217; 240] для оцінки $E_{csd_{m1}}$ та $E_{csd_{m2}}$ обрані показники: індекс інфляції – I_i та індекс купівельної спроможності населення – $I_{куп.спр}$.

Стейкхолдер «Персонал». Ефективність роботи суб'єкта підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, його товарооборот і розмір прибутку значною мірою залежить від якості роботи його співробітників, оскільки саме персонал створює додаткову вартість, забезпечує параметри якості торговельних бізнес-процесів, виконує основну роботу з реалізації намічених цілей та позиціонує підприємство на ринку. На стратегічному рівні з позиції підприємства ефективність використання трудових ресурсів торгівлі в першу чергу має бути оцінена за показником продуктивності праці – $Пп$ ($E_{csp_{m1}}$). Найбільш розповсюдженим показником продуктивності праці робітників торговельного підприємства є виробіток, який визначається середнім розміром товарообігу на одного працівника підприємства, який на наступних ієрархічних рівнях оцінки має бути деталізований показниками оцінки чинників зростання продуктивності праці [1; 80; 82; 214; 218]. Вибір показника стабільності персоналу – $Кт.к.$ ($E_{csp_{m2}}$) зумовлений тим, що він є узагальнюючим показником ефективності управління персоналом, оскільки на його рівень безпосередньо впливає плинність персоналу, динаміка руху персоналу, що пов'язана із прийомом та звільненням працівників, а також із переміщеннями на підприємстві. Підвищення показника стабільності персоналу свідчить про відданість працівників підприємству, що відбивається у стабільності роботи суб'єкта господарювання шляхом зростання продуктивності праці кожного працівника [94; 209; 214].

Важливим складовим елементом управління ефективністю роботи персоналу суб'єкта підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі є вибір оптимальної системи стимулювання, що дає змогу збалансувати міру витрат

праці та її кінцеві результати, а також особисту мотивацію працівника та мету діяльності підприємства [94; 120; 209; 214]. Своєчасність та повнота оплати праці створюють необхідне підґрунтя економічної зацікавленості працівників у досягненні прибутковості. Потреби персоналу, як стейкхолдера, стосовно суб'єкта господарювання полягають, у першу чергу, в дотриманні соціально обґрунтованих пропорцій у співвідношенні зарплати та цін, що визначає рівень життя, тому задля забезпечення можливості динамічних порівнянь, у якості показника з оцінки задоволеності вимог персоналу обрано індекс середньомісячної заробітної плати – Ізп ($E_{csp_{пс1}}$). Якщо заробітна плата є кількісним вимірником потреб персоналу щодо суб'єкта підприємницької діяльності, то задоволеність працею – є їхнім соціальним вимірником. Вибір індексу задоволеності умовами праці – Ізупр ($E_{csp_{пс2}}$) зумовлений його високими комплексними аналітичними властивостями щодо визначення стану збалансованості вимог, що висуваються працівниками до змісту, характеру і умов праці, і суб'єктивної оцінки можливостей реалізації цих запитів.

Алгоритми розрахунків аналітичних показників комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі за стейкхолдерами «Інвестори», «Постачальники», «Держава», «Персонал», що розміщені у табл. 3.1, наведені у табл. К.2 (додаток К).

Практичні дії з комплексного дослідження ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції «призми ефективності» та аналізу стейкхолдерів пропонується виконувати на основі розробленої технології (рис. 3.4), що визначає порядок та напрями аналізу, надає розуміння причинно-наслідкових зв'язків та забезпечує циклічність процесу вимірювання ефективності: від вихідних даних та інформації – через їхній аналіз та інтерпретацію – до рішень та дій щодо процесу управління ефективністю.

Перший етап – формування бази даних із профілів стейкхолдерів, які складені за принципом ієрархій: можливості, процеси, стратегії, та містять набір операційно-, процесно- та стратегічно-орієнтованих показників – комплексних критеріїв ефективності за визначеними стейкхолдерами, яких досліджуємо.



Рис. 3.4. Технологія процесу комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності на засадах концепції стейкхолдерів та призми ефективності (розроблено автором)

Другий етап – формулювання пріоритетів за векторами важливості та терміновості – виконується, ґрунтуючись на комплексних критеріях ефективності за трьома аспектами: на стратегічному рівні, на рівні процесів та можливостей суб'єкта підприємницької діяльності. Виходячи зі змісту даного етапу, для аналізу профілів стейкхолдерів та встановлення пріоритетів важливості і терміновості змін найбільш доцільним є застосування комбінації методів аналізу ієрархій та експертного методу.

Третій етап – формування набору заходів із забезпечення ефективності підприємницької діяльності, виконується, ґрунтуючись на інтегральних показниках ефективності (які за необхідності можуть бути деталізовані за їхніми складовими – одиничними частковими показниками), спрямований на удосконалення процесу управління ефективністю та визначення заходів із коригування (посилення, покращення) можливостей, процесів і стратегії. Вважаємо за необхідне звернути увагу на обов'язкове забезпечення взаємозв'язку, взаємообумовленості та обміну інформацією між елементами III-го етапу процесу обґрунтування управлінських рішень щодо забезпечення ефективності підприємницької діяльності, оскільки це є необхідною умовою досягнення цільової результативності подальших регулятивних дій та заходів.

Технологія комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції стейкхолдерів та призми ефективності надає можливість суб'єкту підприємницької діяльності оцінювати та видозмінювати профілі стейкхолдерів, систематично коригувати елементи стратегії взаємодії зі стейкхолдерами за надходження оновленої інформації; будувати ефективні взаємини зі стейкхолдерами шляхом визначення ступеня задоволеності їхніх вимог та з урахуванням їхнього внеску до результативності діяльності; використовувати отримані дані для прийняття стратегічних рішень щодо забезпечення перманентної ефективності, актуалізуючи свої стратегії, процеси та можливості відповідно до вимог стейкхолдерів та своїх потреб.

З метою методичного забезпечення та змістовного наповнення етапів технології комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності, що

була представлена на рис. 3.4, здійснено конкретизацію етапів комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції «призми ефективності» та аналізу стейкхолдерів (рис. 3.5). На рисунку наведено послідовність етапів для стратегічного рівня аналізу ефективності, аналогічно має проводитися аналіз на рівнях процесів та можливостей. Етапи виділено із дотриманням принципів багатокритеріальної оптимальності, поєднання показників, об'єктивності, системності і комплексності, дієвості та результативності, конструктивності, доступності і порівняльної простоти інтерпретації результатів процесу вимірювання.

Процес комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі складається з чотирьох етапів. На першому етапі здійснюється процес синхронної оцінки внеску ключових стейкхолдерів та ступеню задоволеності ключових стейкхолдерів суб'єкта підприємницької діяльності за напрямками аналізу та множиною оцінних критеріїв, що були охарактеризовані в табл. 3.1, а саме за стейкхолдерами: «Споживачі», «Постачальники», «Інвестори», «Держава», «Персонал». Рівні аналізу – стратегії, процеси, можливості. На першому етапі отримуємо множину одиничних часткових оцінних показників ефективності відповідно до кожного стейкхолдера, розподілених за трьома ієрархічними рівнями оцінки.

II-й етап. Для формування загальносистемного комплексного критерію ефективності, який потрібен для координації та оптимізації ефективності суб'єкта підприємницької діяльності, здійснюється згортання одиничних показників. Завданням цього етапу є консолідація часткових оцінних показників ефективності, отриманих на 1-му етапі, в інтегральні показники. За кожним стейкхолдером створюються два інтегральні показники: один – надає узагальнюючу характеристику внеску стейкхолдера за кожним ієрархічним рівнем оцінки з позиції суб'єкта підприємницької діяльності (на рис. 3.4 ці показники мають підстрочний знак «пп», наприклад – $I_{eesc_{pp}}$), другий – характеризує ступінь задоволеності стейкхолдера (ці показники мають підстрочний знак «пс», наприклад – $I_{eesc_{ps}}$).



Рис. 3.5. Етапи комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції «призми ефективності» та аналізу стейкхолдерів на стратегічному рівні (умовні позначки: див. табл. 3.1) (розроблено автором)

З огляду на багатоплановість та різноманітність часткових оцінних показників, алгоритмів їхніх розрахунків, одиниць виміру та інтерпретації отриманих результатів, формуванню інтегральних показників передують нормування одиничних показників, що забезпечує їхню трансформацію до єдиної розмірності.

На третьому етапі шляхом об'єднання інтегральних показників ефективності за кожним стейкхолдером утворюються інтегральні показники внеску та ступеню задоволеності стейкхолдерів за ієрархічними рівнями оцінки – $IE_{cs_{nc}}$ та $IE_{cs_{np}}$, які структурно складаються з набору індексів попереднього рівня оцінки.

Завданням IV етапу є розрахунок комплексного критерію ефективності – $ККЕс$, який являє собою інтегральний показник системної ефективності суб'єкта підприємницької діяльності, що забезпечує всебічність оцінки задоволеності вимог і потреб основних зацікавлених сторін у призмі «стратегія – процеси – можливості» та визначається як середньоарифметичне від суми інтегральних показників, отриманих на III-му етапі оцінки. $ККЕс$ характеризує генеральну сукупність ознак ефективності в цілому. Його призначенням є співвіднесення завдань розвитку з поточним станом суб'єкта підприємницької діяльності.

3.3. Імплементация методичного забезпечення оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі

Проблема взаємодії зі споживачами на сьогоднішній день є надзвичайно актуальною з точки зору впливу цього аспекту роботи на ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. Саме за допомогою дослідження та регулювання величини попиту можливо визначити стратегічний потенціал підвищення ефективності. Дослідження поведінки споживачів та особливостей формування споживчого попиту є одним із найважливіших завдань у діяльності успішних торговельних мереж та підприємств на сучасному етапі розвитку споживчого ринку України. Результати

діяльності суб'єктів господарювання в роздрібній торгівлі доводять, що високу віддачу – виручку, прибуток від вкладених ресурсів та зусиль можна отримати в разі високої обізнаності щодо вимог свого споживача та максимального задоволення його потреб [6; 12; 17; 46; 81; 107; 108; 156; 160; 167]. Першорядне значення стейкхолдерів «Споживачі» у визначенні шляхів підвищення ефективності діяльності суб'єкта підприємництва в роздрібній торгівлі зумовлена тим, що саме споживач формує головні параметри ефективності – обсяги продажів, структуру та широту товарного асортименту, види та структуру послуг у процесі обслуговування споживачів, які в кінцевому підсумку створюють торговельну маржу. Тому імплементацію розробленого методичного забезпечення оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі здійснено саме за стейкхолдером «Споживачі». Узагальнена блок-схема процесу оцінки та управління ефективністю підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі за стейкхолдером «Споживачі» представлена на рис. 3.6.

Перший етап – ґрунтується на інформаційній базі, що сформована з довідкової макроекономічної інформації, внутрішньої інформації щодо основних результативних показників господарської діяльності суб'єкта господарювання та даних спеціально проведених досліджень задля отримання додаткової інформації щодо стейкхолдера «Споживачі».

Система показників комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі за стейкхолдером «Споживачі» наведена на рис. 3.7, алгоритми розрахунків одиничних показників ефективності та їхні оцінні критерії систематизовані в табл. 3.3.

За об'єкт імплементації методичного забезпечення оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі було обрано суб'єкт господарської діяльності вибіркової сукупності № 8 – ТОВ «Восторг», який за результатами експрес-аналізу хоча й знаходиться в зоні достатньої ефективності підприємницької діяльності, але в динаміці демонструє понижуючі тенденції за вектором відповідності, тому є необхідність зупинити цю негативну тенденцію.

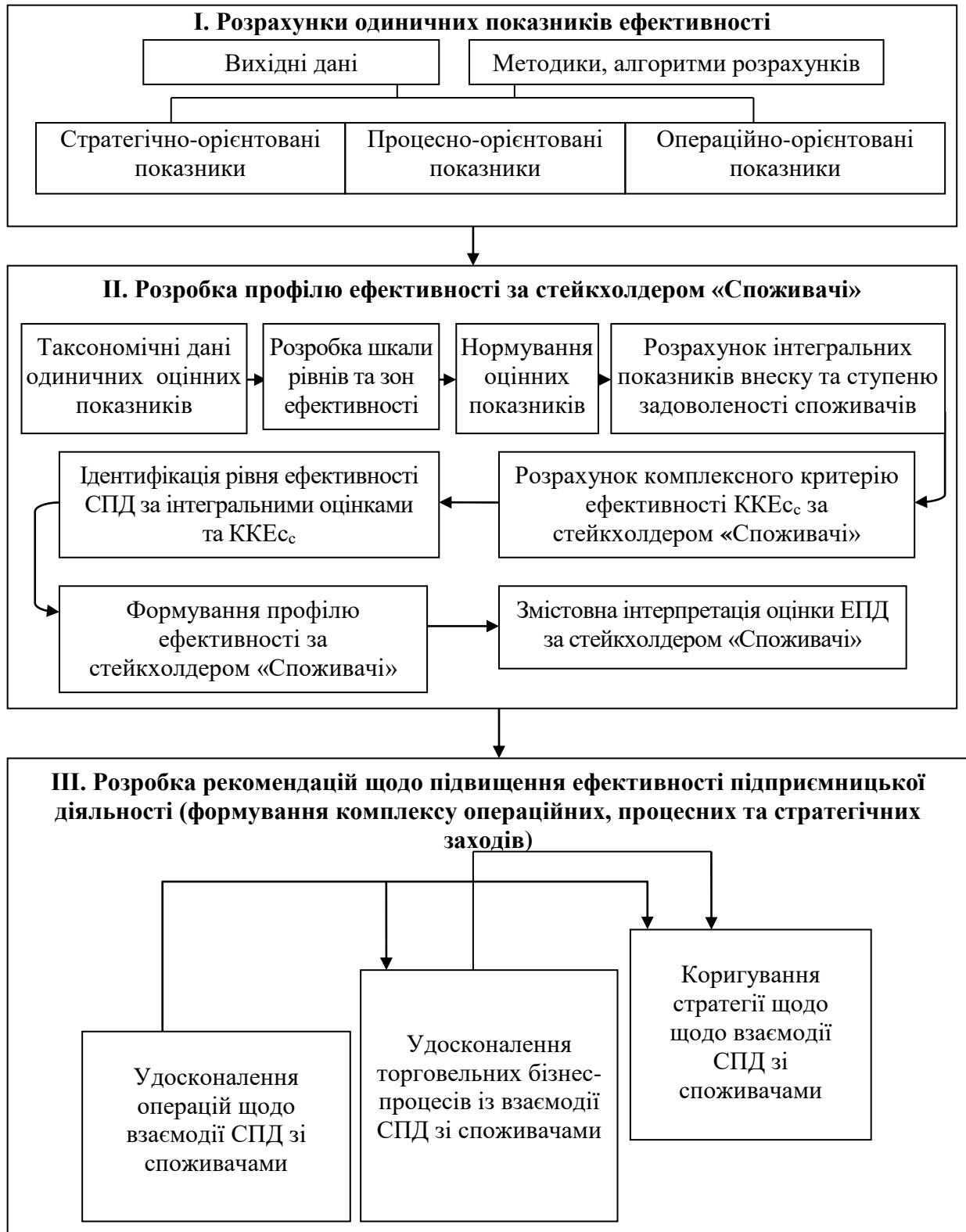


Рис. 3.6. Етапи оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі за стейкхолдером «Споживачі» (розроблено автором)



Рис. 3.7 Система показників комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі за стейкхолдером «Споживачі»

Другий етап – розробка профілю ефективності за стейкхолдером «Споживачі», містить наступні аналітичні процедури: нормування показників відповідно обраним векторам оцінки; позиціонування нормованих значень оцінних критеріїв за рівнями та зонами ефективності; узагальнення результатів оцінки, побудова профілю стейкхолдера «Споживачі» та інтерпретація отриманих результатів. Для надання рекомендацій щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності та формування комплексу

Таблиця 3.3

**Алгоритми розрахунків та оцінні критерії системи показників
для економічної оцінки стейкхолдера «Споживачі»**

№	Назва показника	Позначення**	Алгоритми розрахунків	Оцінні критерії
	2	3	4	5
Стратегії				
1	Індекс економічних та інфляційних очікувань – ПЕІО	$E_{csc_{пн1}}$	за даними звітів аналітичних оглядів	$\min 0 \div \max 200$
2	Частка ринку у конкурентній групі – $Ч_{pi.kg}$	$E_{csc_{пн2}}$	$Ч_{pi.kg} = TO_i / \sum_{n=1}^n TO \times 100$	$\min]0 \div \max Ч_{pi.kg}$
3	Коефіцієнт конкурентних переваг за якістю торговельних послуг (порівняння з максимальною у конкурентній групі підприємств кількістю конкурентних переваг що відповідають запитам споживачів щодо якості торговельних послуг) – $K_{кпя}$	$E_{csc_{пс1}}$	$K_{кпя} = n_{кпя} / N_{кпя}$	$\begin{cases} \min 0 \div \max 1,0; \\ n \rightarrow N_{кпя} \end{cases}$
4	Коефіцієнт конкурентних переваг за ціною товару (порівняння з максимальною у конкурентній групі підприємств кількістю конкурентних переваг що відповідають запитам споживачів щодо ціни товарів) – $K_{кпц}$	$E_{csc_{пс2}}$	$K_{кпц} = n_{кпц} / N_{кпц}$	$\begin{cases} \min 0 \div \max 1,0; \\ n \rightarrow N_{кпц} \end{cases}$
Процеси				
5	Показник ефективності торговельних процесів у конкурентній групі $D_{епп}$	$E_{псc_{пн1}}$	$D_{епп} = \sqrt{(POD_1 - POD_2)^2 + (P_{s1} - P_{s2})^2}$	$\min (\min_{кг}; \max_{кг}) \div \div \max (x_i; \max_{кг}) \rightarrow 0$
6	Коефіцієнт співвідношення динаміки товарообороту та індексу інфляції – $K_{то/i}$	$E_{псc_{пн2}}$	$K_{то/i} = (TO_n / TO_{n-1}) / I_n$	$\begin{cases} K_{то/i} \geq 1 \\ K_{то/i} \rightarrow \max^{***} \end{cases}$

Продовж. табл. 3.3

1	2	3	4	5
7	Індекс задоволеності споживачів – Ізс	Епс _{пс1}	$I_{зс}^* = V_{\Pi} / V_3$	min 0 ÷ max 1 V _Π → V ₃
Можливості				
8	Індекс співвідношення асортиментних позицій до зміни товарообороту – Іа/то	Емс _{пп1}	$I_{a/to}^* = T_{\Delta\Pi} / T_{TO}$	min Іа/то _{кГ} ÷ max Іа/то _{кГ}
9	Індекс глибини асортименту за ціною – Іга _ц	Емс _{пп2}	$I_{гац}^* = K_{Г\Delta\Pi}^n / K_{Г\Delta\Pi}^{n-1}$	min Іга _{цкГ} ÷ max Іга _{цкГ}
10	Рівень клієнтоорієнтованості – Рко	Емс _{пс1}	$P_{ко} = \frac{\sum_{i=1}^m b_i}{k \times r \times 10}^*$	min 0 ÷ max 1

Умовні позначки: * – див. дод. Л; ** – див. табл. 3.1; TO_i – товарооборот i -го підприємства торгівлі за період часу (тис. грн.); $\sum_{n=1}^n TO$ – загальний товарооборот за конкурентною групою підприємств (тис. грн.); $N_{кп\Delta}$; $N_{кпц}$ – максимальна у конкурентній групі кількість конкурентних переваг відповідності споживчим запитам щодо ціни товарів та якості торговельних послуг підприємства-еталона (од.); $n_{кп\Delta}$; $n_{кпц}$ – кількість стійких конкурентних переваг відповідності споживчим запитам щодо ціни товарів та якості торговельних послуг досліджуваного підприємства (од.); POD_1 ; POD_2 – рентабельність операційної діяльності підприємства-еталона та досліджуваного підприємства (%); Ps_1 ; Ps_2 – прибуток на 1м² торговельної площі підприємства-еталона та досліджуваного підприємства (%); TO_n ; TO_{n-1} – товарооборот звітного та попереднього періоду; I_{i_n} – індекс інфляції звітного періоду; Na_1 ; Na_0 – кількість асортиментних позицій за фактичний та базовий період часу (од.); N_{aw_1} – кількість асортиментних позицій, які мають широкий діапазон ціни (од.); X_{max}^{cp} – максимальне (найкраще) значення показника x_i у конкурентній групі підприємств; X_{min}^{cp} – мінімальне (найгірше) значення показника x_i у конкурентній групі підприємств; *** – визначається у межах групи досліджуваних суб'єктів господарювання.

операційних, процесних і стратегічних заходів відповідно до отриманих інтегральних оцінок та групових комплексних критеріїв запропоновано використовувати шкалу Харінгтона. У межах цієї шкали виділено п'ять градацій, що відповідають типовим інтервалам за Харрінгтоном та є універсальними для переводу кількісних параметрів досліджуваного об'єкту в якісні характеристики [99; 155]. Градації відповідають таким рівням ефективності: високий рівень, добрий рівень, достатній рівень, проблемний рівень, критичний рівень (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Градації рівня ефективності стейкхолдера «Споживачі»

Високий рівень ефективності зона 1	Добрий рівень ефективності зона 2	Достатній рівень ефективності зона 3	Проблемний рівень ефективності зона 4	Критичний рівень ефективності зона 5
1	2	3	4	5
[100 – 80]]80 – 63]]63 – 37]]37 – 20]]20 – 0]
Інтегральні оцінки (ІЕс _{с_{пп}} , ІЕс _{с_{пс}} , ІЕп _{с_{пп}} , ІЕп _{с_{пс}} , ІЕм _{с_{пп}} , ІЕм _{с_{пс}})				
R1	R2	R3	R4	R5
Комплексний критерій ефективності (ККЕ _с , ККЕ _{пр} , ККЕ _м)				
Z1	Z2	Z3	Z4	Z5

Рівні (зони) ефективності характеризують своєрідні «кордони успіху», проходження яких пропонується розглядати як індикатори окремих фаз зниження ефективності та необхідності розробки та реалізації заходів щодо її підвищення.

Модель ефективності функціонування суб'єкта підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі як мікроекономічної системи за стейкхолдером «Споживачі» дає змогу формалізувати можливі сполучення параметрів ефективності та виявити імпульси щодо потреб у здійсненні заходів із підвищення ефективності за критерієм зміни зон ефективності:

$$UE = \begin{cases} KKEc_c = \int (IEcsc_{пп}; IEcsc_{пс}) \in R1 \div R5 \\ KKEпр_c = \int (IEпсc_{пп}; IEпсc_{пс}) \in R1 \div R5 \in Z1 \div Z5, \\ KKEм_c = \int (IEmsc_{пп}; IEmsc_{пс}) \in R1 \div R5 \end{cases} \quad (3.3)$$

де UE (urge efficiency) – терміновість здійсненні заходів із підвищення ефективності;

R1–R5; Z1–Z5 – рівні (зони) ефективності.

Кожній зоні ефективності відповідають певні ознаки, погіршення яких є імпульс-каталізаторами щодо потреби здійснення заходів із підвищення ефективності. У якості таких каталізаторів пропонується розглядати процеси та події, які відбуваються у внутрішньому та зовнішньому оточенні господарюючого суб'єкта, і були виявлені під час експрес-оцінки ефективності та розрахунків одиночних та інтегральних показників ефективності (стовп. 3, 8, 9 табл. 3.5, табл. Л.1 (додаток Л)) й безпосередньо або опосередковано обумовлюють погіршення параметрів ефективності підприємницької діяльності з високого до критичного рівня.

Модель високого рівня ефективності має такий формалізований вигляд:

$$\begin{cases} KKEc_c = \{IEcsc_{пп} \in R1; IEcsc_{пс} \in R1\} \in Z1 \\ KKEпр_c = \{IEпсc_{пп} \in R1; IEпсc_{пс} \in R1\} \in Z1 \\ KKEм_c = \{IEmsc_{пп} \in R1; IEmsc_{пс} \in R1\} \in Z1. \end{cases} \quad (3.4)$$

Висока ефективність підприємницької діяльності має місце в разі забезпечення таких результативних параметрів взаємовідносин зі стейкхолдером «Споживачі»: висока здатність генерування товарообороту та прибутку, досягнення цільових економічних показників, згідно зі встановленими стратегічними цілями; наявність значного економічного потенціалу задля забезпечення конкурентоздатності за критерієм

Таблиця 3.5

Комплексна оцінка стейкхолдера «Споживачі» ТОВ «Восторг» у 2015-2016 рр.

Рівень та напрям оцінки			Фактичні значення; межі інтервалів значень		Нормовані значення		Профіль стейкхолдера «Споживачі»			
			2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.	2015 р.	2016 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Стратегічно орієнтовані показники	1.	E _{csc_{mm1}}	40,1; 0 ÷ 200	39,5; 0 ÷ 200	20,1	19,8	I _{E_{csc_{mm}}}		ККЕ _{cc}	
	2.	E _{csc_{mm2}}	11,4; 0 ÷ 20,7	18,2; 0 ÷ 25,2	54,9	72,2	37,5	46,0		
	3.	E _{csc_{nc1}}	0,86; 0 ÷ 1,0	1,0; 0 ÷ 1,0	86,0	100,0	I _{E_{csc_{nc}}}			
	4.	E _{csc_{nc2}}	0,75; 0 ÷ 1,0	0,56; 0 ÷ 1,0	75,0	56,0	80,5	78,0	59	62
Процесно орієнтовані показники	5.	E _{psc_{mm1}}	53,3; 79,1 ÷ 0	54,6; 88,5 ÷ 0	67,4	61,1	I _{E_{psc_{mm}}}		ККЕ _{pc}	
	6.	E _{psc_{mm2}}	0,96; 0,49 ÷ 2,48	0,87; 0,11 ÷ 1,0	38,7	87,0	53,1	74,1		
	7.	E _{psc_{nc1}}	0,89; 0 ÷ 1,0	0,75; 0 ÷ 1,0	89,0	75,0	I _{E_{psc_{nc}}}			
Операційно орієнтовані показники	8.	E _{msc_{mm1}}	1,33; 0,19 ÷ 1,56	1,91; 0,20 ÷ 1,91	85,3	100,0	I _{E_{msc_{mm}}}		ККЕ _{mc}	
	9.	E _{msc_{mm2}}	1,15; 0,08 ÷ 1,15	1,06; 0,22 ÷ 1,33	100,0	79,6	92,6	89,8		
	10.	E _{msc_{nc1}}	0,80; 0 ÷ 1,0	0,72; 0 ÷ 1,0	80,0	72,0	I _{E_{msc_{nc}}}			
							80,0	72,0	86,3	80,9

задоволення вимог споживачів й синхронне забезпечення необхідного рівня задоволення потреб підприємства відносно цієї групи стейкхолдерів; сучасні технології та раціональна організація торговельних бізнес-процесів, що забезпечують оптимальну різноманітність і частоту відновлення асортименту, високу якість торговельних, післяпродажних та супровідних послуг, систематичне проведення досліджень потреб і вимог споживачів та отримання на цій основі додаткових джерел генерування позитивних фінансових результатів і засобів їхньої інтенсифікації.

Достатній та проблемний рівні ефективності вказують на появу та нарощування загроз зниження ефективності та їхнього подальшого накопичення. Критичний рівень є індикатором щодо необхідності вживання екстрених заходів із виправлення ситуації.

Профіль ефективності за стейкхолдером «Споживачі», складений на основі проведеної оцінки ефективності підприємницької діяльності ТОВ «Восторг» за 2015–2016 рр., представлений у табл. 3.6.

Сформований профіль ефективності ТОВ «Восторг» за стейкхолдером «Споживачі» підтверджує результати експрес-оцінки (розділ 2 даної роботи). Згідно з даними табл. 3.6, високим рівнем ефективності характеризується площина «можливості» ($ККЕ_{мc}$ дорівнює 86 у 2015 р., 81 у 2016 р.; зона Z1), добрим рівнем – площина «процеси» ($ККЕ_{прc}$ – 71 у 2015 р., 74 у 2016 р.; зона Z2), достатнім рівнем – площина «стратегії» ($ККЕ_{сc}$ – 59 у 2015 р., 62 у 2016 р.; зона Z3). Стратегічні цілі не досягаються в повній мірі за складовою «внесок стейкхолдерів щодо очікувань та потреб суб'єкта підприємницької діяльності» ($ІЕ_{сc_{пн}}$ – 37,5 у 2015 р., 46,0 у 2016 р.; зона R3). Інтегральні показники дозволили встановити причинно-наслідкові зв'язки між складовими ефективності на стратегічному, процесному та операційному рівнях за ступенем задоволення потреб ТОВ «Восторг» за стейкхолдером «Споживачі» та його відповідності вимогам споживачів.

Етап III. Розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності здійснюється для кожного рівня оцінки у

відповідності з інформаційно-аналітичним забезпеченням, що створено на основі ідентифікації зон ефективності.

Таблиця 3.6

Оцінка ефективності підприємницької діяльності ТОВ «Восторг» за стейкхолдером «Споживачі»

Рівень оцінки	Профіль ефективності за стейкхолдером «Споживачі»			
	2015 р.		2016 р.	
	Інтегральні оцінки		Комплексний критерій ефективності	
Стратегічно-орієнтовані показники	ІЕс_{с_{пн}}		ККЕ_с	
	37,5	46,0		
	R3	R3		
	ІЕс_{с_{пс}}			
	80,5	78,0	59	62
	R1	R2	Z3	Z3
Процесно-орієнтовані показники	ІЕп_{с_{пн}}		ККЕ_{п_с}	
	53,1	74,1		
	R3	R2		
	ІЕп_{с_{пс}}			
	89,0	75,0	71	74
	R2	R2	Z2	Z2
Операційно-орієнтовані показники	ІЕМ_{с_{пн}}		ККЕ_{м_с}	
	92,6	89,8		
	R1	R1		
	ІЕМ_{с_{пс}}			
	80,0	72,0	86	81
	R1	R2	Z1	Z1

Визначати перелік існуючих проблем та надавати обґрунтовані пропозиції щодо впровадження корегуючих та/чи превентивних заходів, спрямованих на підвищення ефективності підприємницької діяльності у відповідності до отриманих оцінок, пропонується шляхом використання такого інструменту аналізу як побудова Cause-and-effect-Diagram. Вибір цього методу досліджень заснований на його високих аналітичних можливостях щодо структурування та деталізації явищ, що досліджуються, надання можливості простежувати процес формування між ними

причинно-наслідкових зв'язків та, на цій основі, визначати узгодженість орієнтирів на перспективу. Цей графоаналітичний метод дозволяє наочно і систематизовано аналізувати взаємозв'язки наслідків (effects) і причин (causes), які породжують ці явища або впливають на них. Цінність цього методу полягає в сприянні категоризації та структуризації потенційних причин, а також ідентифікації найбільш потенціальної кореневої причини досліджуваного слідства. Головною перевагою даного методу є його наочність і універсальність. Наочність досягається за рахунок того, що зв'язок всіх виявлених причин із досліджуваним наслідком відображається в графічній формі; універсальність забезпечується широкою сферою застосування: аналіз ефективності бізнес-процесів; прийняття управлінських рішень на базі структурованого аналізу факторів, що впливають на досліджуваний об'єкт; аналіз чинників, що впливають на якість послуг, які надаються та ін. Технології побудови діаграми Ішикаві активно використовується бізнес-аналітиками всього світу. Ця діаграма застосовується для підвищення конкурентоспроможності послуг, що надаються; продуктів, що виробляються; товарів, що реалізуються; у стратегічному плануванні для виділення ключових чинників успіху [23, с. 264–267].

Методичні та прикладні аспекти практичного застосування діаграми Ішикаві були адаптовані до вирішення завдань нашого дослідження наступним чином:

- формулювання проблеми: забезпечення ефективності підприємницької діяльності, що є центральним об'єктом досліджень;
- бокові відгалуження, що сполучені з центральною лінією, характеризують взаємовідносини ТОВ «Восторг» зі стейкхолдером «Споживачі» у відповідності до отриманих значень інтегральних оцінок та комплексних критеріїв ефективності. Вони розташовані на першому рівні підпорядкування відносного центральної проблеми;
- підпорядкований рівень: стратегічно-, процесно-, операційно-орієнтовані показники, що відображують характер взаємовідносин суб'єкта підприємницької діяльності зі споживачами: задоволеність вимог (бажань та потреб) споживачів, внесок споживачів (бажання та потреби підприємства) до результативності діяльності. Верхнє розташування гілок діаграми свідчить про

позитивний вплив на ефективність та зростаючу динаміку показників; нижнє розташування – негативний вплив на ефективність та спадаючу динаміку показників;

– за гілками дерева рішень показники розміщені за правилом: верхня позиція – 2016 р.; нижня позиція – 2015 р.

Використання діаграми, представленої на рис. 3.8, дало змогу надати графічну інтерпретацію профілю ефективності ТОВ «Восторг» за стейкхолдером «Споживачі», для кожного рівня ефективності встановити перелік існуючих проблем. Це дозволяє надати обґрунтовані пропозиції щодо впровадження корегуючих та/чи превентивних заходів, спрямованих на підвищення ефективності у відповідності до отриманих оцінок.

За аналізований період у ТОВ «Восторг» комплексний критерій ефективності в площині «можливості» знаходиться на високому рівні і складає від 86 до 81; високий рівень ефективності спостерігається за інтегральними оцінками, які складають 92,6 та 89,8 за критерієм задоволеності потреб підприємства та 80,0 й 72,0 за критерієм задоволеності вимог споживачів. Це означає, що рівень організації торговельно-операційних процесів на підприємстві високий, цій складовій ефективності приділяється постійна увага, а синхронність задоволення вимог і потреб ТОВ «Восторг» та його споживачів забезпечується найбільшою мірою. Проводиться систематичний моніторинг реалізації стратегічного плану в частині операційної діяльності, за результатами корегуються цілі в області управління всім комплексом торговельних операцій та приймаються необхідні превентивні заходи. Корегування не потрібне, але слід посилити контроль за індикатором ІЕмспс, який зменшився з 80 до 72 та характеризує рівень клієнтоорієнтованості.

На доброму рівні знаходиться комплексний критерій ефективності бізнес-процесів, який складає від 71 до 74. Інтегральні оцінки задоволеності вимог споживачів є кращими в порівнянні з їхнім внеском: ІЕпс_{пс} – 89,0; 75,0 та ІЕпс_{пп} – 53,1; 74,1. Позитивною тенденцією є зростання ІЕпс_{пп}, що свідчить про зростання внеску споживачів у результативність діяльності підприємства.

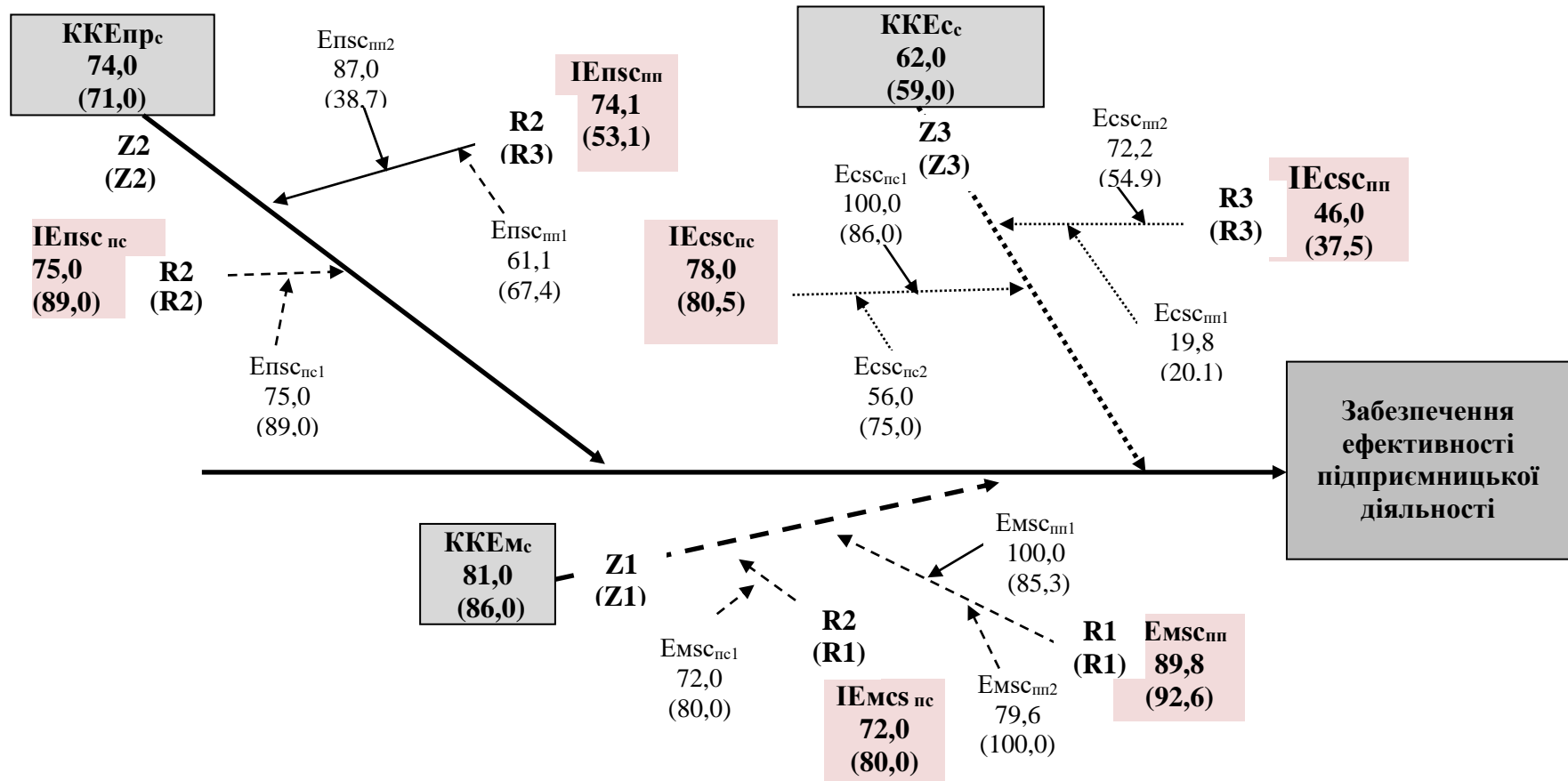


Рис. 3.8. Зони ефективності та індикатори корегуючих та/чи превентивних заходів, спрямованих на підвищення ефективності підприємницької діяльності ТОВ «Восторг», 2015-2016 рр. (складено за даними табл. 3.5, 3.6)

Стратегічне планування в області управління бізнес-процесами на ТОВ «Восторг» ведеться, проводяться дослідження, спрямовані на удосконалення бізнес-процесів. У цілому рівень ефективності бізнес-процесів не вимагає екстрених заходів, але ситуація зі зниженням інтегрального показника $IE_{psc_{nc}}$ вимагає комплексної розробки превентивних заходів в області підвищення рівня задоволеності споживачів: дослідження причин незадоволеності споживачів; стимулювання ініціативності та надання творчих пропозицій щодо покращення обслуговування споживачів від персоналу, розширення переліку торговельних та супутніх послуг із метою забезпечення споживачам комфортних умов купівель, тощо.

Близькими до проблемного рівня є стратегічно орієнтовані показники, хоча в досліджуваній період комплексний критерій ефективності відповідає достатньому рівню (знаходиться в межах 59–62), але низькі рівні інтегральних оцінок $IE_{esc_{np}}$, які знаходяться на нижньому рубежі достатнього рівня та наближені до проблемного рівня ефективності із значеннями 37,5 та 46,0, означають, що діяльність з управління ефективністю на стратегічному рівні є недостатньою. Стратегічні цілі не досягаються повністю, стратегічне планування є мало обґрунтованим. Для ТОВ «Восторг» доцільно запропонувати комплекс заходів, що дозволять підвищити ефективність стратегічного управління, наприклад: оволодіння навичками генерування ідей, здатних підвищити ефективність усіх аспектів діяльності; економетричне моделювання бізнес-процесів та побудова моделей економічного росту; перехід від поточного планування та бюджетування до управління на основі гнучких екстрених рішень; актуалізація стратегічних управлінських впливів, що забезпечують зростання виручки і прибутку та спрямовані на підвищення рівня капіталізації підприємства.

Таким чином, за результатами проведеної оцінки ефективності підприємницької діяльності ТОВ «Восторг» за стейкхолдером «Споживачі» виявлено критичні показники, які необхідно покращити, та проблемні складові ефективності, які потрібно усунути або модифікувати.

Подальша робота має бути спрямована на розробку аналогічних графікоаналітичних діаграм за іншими групами стейкхолдерів – «Постачальники», «Інвестори», «Держава», «Персонал» та складання узагальненого профілю ефективності за всіма ключовими стейкхолдерами. Постійне використання та вдосконалення узагальненого профілю ефективності протягом усього часу вживання відповідно до змін, що відбуваються в зовнішньому та внутрішньому середовищі, дадуть можливості вчасно здійснювати адекватні управлінські дії та приймати виважені рішення щодо модернізації стратегії, удосконалення процесів та максимального використання можливостей підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Висновки до розділу 3

Обґрунтовано необхідність та доцільність застосування базових положень концепції призми ефективності та теорії стейкхолдерів до оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. З метою удосконалення методичного забезпечення оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі сформовано ієрархічну модель комплексної оцінки ефективності. Перший рівень моделі складається з двох блоків: «Оцінка ефективності за ступенем задоволеності вимог стейкхолдерів» та «Оцінка ефективності за ступенем задоволеності потреб суб'єкта підприємницької діяльності» за інтегральними показниками. Послідовність проведення інтегральної оцінки забезпечує синхронність оцінок та дає змогу об'єднати такі ієрархічні рівні та напрями досліджень: оцінка ступеня задоволеності стейкхолдера на стратегічному рівні й оцінка внеску стейкхолдера в забезпечення ефективності стратегії суб'єкта підприємницької діяльності; оцінка ступеня задоволеності стейкхолдера на рівні комплексу торговельних бізнес-процесів й оцінка внеску стейкхолдера в забезпечення ефективності комплексу торговельних процесів суб'єкта підприємницької діяльності; оцінка ступеня задоволеності стейкхолдера на рівні торговельних

операцій й оцінка внеску стейкхолдера в забезпечення ефективності торговельних операцій. На другому рівні моделі на основі узагальнення отриманих інтегральних оцінок здійснюється комплексна оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції призми ефективності та аналізу стейкхолдерів за трьома взаємопов'язаними аспектами: можливості, процеси, стратегії. Завдяки такому підходу на основі категоризації та структуризації рівнів та напрямів оцінки ефективності створюються передумови з комплексного визначення стратегій, які повинні бути реалізовані, щоб задовольнити потреби зацікавлених сторін й отримати від них внесок у забезпечення ефективності відповідно до вимог суб'єкта підприємницької діяльності, процесів, що потрібні для реалізації даних стратегій, а також наявних й необхідних для цього можливостей.

Розроблено технологію комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції призми ефективності та аналізу стейкхолдерів, яка визначає порядок та напрямки аналізу, надає розуміння причинно-наслідкових зв'язків й забезпечує циклічність процесу вимірювання ефективності: від вихідних даних та інформації – через їхній аналіз та інтерпретацію – до рішень та дій щодо управління ефективністю. Технологія надає можливість суб'єктам підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі систематично коригувати елементи стратегії взаємодії зі стейкхолдерами за надходженням оновленої інформації, будувати ефективні взаємини зі стейкхолдерами шляхом визначення ступеня задоволеності їхніх вимог та з урахуванням їхнього внеску до результативності діяльності, приймати обґрунтовані рішення щодо корекції стратегії, процесів та окремих ділянок торговельних бізнес-процесів задля забезпечення перманентної ефективності підприємницької діяльності.

З метою методичного забезпечення та змістовного наповнення етапів технології комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності здійснено конкретизацію її етапів, що представляє собою методику, яка розкриває зміст і послідовність процесу формування загальносистемних

комплексних критеріїв ефективності. На першому етапі формується множина одиничних часткових оцінних показників ефективності відповідно до кожного стейкхолдера, розподілених за трьома ієрархічними рівнями оцінки; на другому етапі здійснюється консолідація часткових оцінних показників ефективності в інтегральні показники: за кожним стейкхолдером створюються два інтегральні показники: один – надає узагальнюючу характеристику внеску стейкхолдера за ієрархічними рівнями оцінки з позиції суб'єкта підприємницької діяльності, другий – характеризує ступінь задоволеності стейкхолдера (формуванню інтегральних показників передують нормування одиничних показників, що забезпечує їхню трансформацію до єдиної розмірності); на третьому етапі шляхом об'єднання інтегральних показників ефективності за кожним стейкхолдером утворюються інтегральні показники внеску та ступеню задоволеності стейкхолдерів за ієрархічними рівнями оцінки – стратегії, процеси, можливості, які структурно складаються з набору індексів попереднього рівня оцінки; завданням четвертого етапу є розрахунок комплексних критеріїв ефективності – ККЕ, які характеризують генеральну сукупність ознак ефективності в цілому. Розроблена методика є діагностично-аналітичним інструментарієм що дає можливість удосконалити управління ефективністю складними процесами фінансово-економічної діяльності суб'єктів підприємництва в роздрібній торгівлі, а саме: простежити логічні ієрархічні зв'язки між показниками оцінки ефективності підприємницької діяльності; визначити характер прояву взаємовідносин суб'єкта господарювання з його стейкхолдерами на різних рівнях взаємодії та встановити ланцюжки небажаного впливу на ефективність суб'єкта підприємницької діяльності та на цій основі – приймати обґрунтовані рішення щодо корекції окремих ділянок торговельних бізнес-процесів; підвищити рівень обґрунтованості прийняття рішень щодо забезпечення перманентної ефективності підприємницької діяльності.

Рішення проблеми оцінки ефективності в роботі виконано з позиції системності формування оціночних показників. На основі узагальнення

методичних підходів і з урахуванням галузевих особливостей господарської та фінансової діяльності в роздрібній торгівлі розроблено систему показників комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. За структурою набір аналітичних показників за кожним із визначених стейкхолдерів складається з трьох взаємопов'язаних підсистем: стратегічно-орієнтовані, що безпосередньо або опосередковано характеризують досягнення стратегічних цілей суб'єкта підприємницької діяльності; процесно-орієнтовані, спрямовані на визначення ефективності торговельно-технологічних бізнес-процесів; операційно-орієнтовані, що характеризують ефективність підприємницької діяльності на рівні окремих операцій. Таким чином забезпечується узгодженість ієрархічних рівнів оцінки, а результати розрахунків слугують інформаційною базою для прийняття управлінських рішень щодо підвищення ефективності.

Апробація розробленого методичного підходу щодо комплексної оцінки ефективності на засадах концепції призми ефективності та аналізу стейкхолдерів на прикладі ТОВ «Восторг» за стейкхолдером «Споживачі» надала можливість створити профіль ефективності ТОВ «Восторг» за стейкхолдером «Споживачі», на цій основі ідентифікувати тип ефективності за кожним ієрархічним рівнем оцінки, побудувати Cause-and-effect-Diagram та встановити причинно-наслідкові зв'язки між складовими ефективності за ступенем задоволеність потреб і вимог обох сторін – самого суб'єкта підприємницької діяльності та його споживачів. На цій основі сформовано пропозиції щодо модернізації стратегії, удосконалення бізнес-процесів та максимального використання можливостей щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності у сфері взаємодії зі споживачами.

Результати наукових (експериментальних) досліджень даного розділу наведено в таких публікаціях [79; 81; 193; 218; 224].

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення наукового завдання, що полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних положень та розробці практичного інструментарію оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. У процесі дисертаційного дослідження досягнута визначена мета, вирішені всі поставлені завдання та отримані наступні результати:

1. Установлено ієрархічні зв'язки в системі підприємницької діяльності та систематизовано її види в роздрібній торгівлі за загальними і спеціальними ознаками, уточнено галузеві особливості підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. Доведено, що суть підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі має розглядатися в контексті забезпечення торговельної послуги високої цінності з метою задоволення потреб кінцевих споживачів та отримання на цій основі прибутку, що дозволяє окреслити ключові моменти в забезпеченні ефективної підприємницької діяльності в галузі.

2. Визначено базові підходи до суті ефективності (результативний, ресурсний, цільовий, динамічний) та доведено необхідність розгляду змісту ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі з позиції задоволення вимог і потреб зацікавлених сторін. Обґрунтовано коло основних стейкхолдерів в аспекті ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, узагальнено їх вимоги та інтереси до суб'єкта підприємницької діяльності, визначено його дії відносно конкретного стейкхолдера. Запропоновано визначення ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що враховує різні погляди на суть ефективності та основні положення теорії стейкхолдерів. Доведено, що специфіка підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі та різноманіття підходів до визначення її ефективності потребує багатоцільової системи її оцінки.

3. Обґрунтовано концептуальні засади оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі відповідно до потреб і вимог

окремих стейкхолдерів, що відображені в основних елементах процесу оцінки: суб'єкт, об'єкт, мета, методичні підходи, критерії, методи, показники, інформаційне забезпечення. Сформовано науково-методичні засади, що забезпечують системну та об'єктивну оцінку ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі відповідно до обраного ступеня деталізації оціночної процедури.

4. Установлено, що зовнішнє середовище значною мірою впливає на підприємницьку діяльність у роздрібній торгівлі. Визначено тенденції, характерні для періоду 2007–2016 рр.: динаміка роздрібногo товарообороту мала траєкторію постійного зростання (крім 2009 р.) за зміни його темпів і нестабільності фізичного обсягу (зменшення у 2014 та 2015 рр.); відзначалося зменшення кількості суб'єктів у роздрібній торгівлі; невелика частка спрямованих на роздрібну торгівлю капітальних інвестицій (не перевищує 3%); погіршення купівельної спроможності населення тощо. Однак позитивні тенденції 2016 р. сприяють покращенню умов для активізації підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі України.

5. Запропоновано кількісну оцінку інтенсивності впливу зовнішніх чинників на ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі здійснювати за розробленим графоаналітичним методом, який ґрунтується на середніх за сукупністю показниках еластичності багатofакторної лінійної регресійної моделі та дозволяє проводити ранжування кількісного виміру інтенсивності впливу за допомогою площі багатокутника, кількість вершин і сторін якого дорівнює кількості чинників, а значення інтенсивності являє собою довжину радіуса кола, що описує такий багатокутник. Практична апробація методичного підходу за період 2007–2016 рр. дозволила визначити інтенсивність впливу як окремого чинника на роздрібний товарооборот, так і всієї сукупності виокремлених зовнішніх чинників.

6. Обґрунтовано науково-методичний підхід для проведення експрес-оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що передбачає здійснення процедури векторного зонування на основі матриці,

кожен сегмент якої характеризує рівень ефективності за двома векторами прибутковості та відповідності. Інструментарій експрес-оцінки розроблено на основі кількісних і якісних показників, їх формалізованого нормування в межах діапазону можливих значень з урахуванням специфіки галузі. Апробація запропонованого підходу на прикладі репрезентативної вибіркової сукупності суб'єктів роздрібної торгівлі дозволила оцінити рівень ефективності підприємницької діяльності кожного в межах конкурентної групи та визначити траєкторію зміни ефективності за зонами матриці, що стало основою для формування дієвих управлінських рішень.

7. Удосконалено ієрархічну модель комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції призми ефективності та реалізації інтересів стейкхолдерів, яка передбачає застосування інтегрованого підходу до вимірювання ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що надає можливість дуального оцінювання ефективності за ступенем задоволеності вимог стейкхолдерів, з одного боку, та ступенем задоволеності потреб СПД в РТ – з іншого. Прикладне застосування моделі дозволяє вирішувати на основі результатів інтегральних і комплексних оцінок не лише питання вимірювання ефективності, але й управління на рівнях стратегій, процесів та можливостей.

8. Створено систему аналітичних показників комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, оцінні критерії якої сфокусовані на підпорядкованості ієрархічних рівнів (стратегії, процеси, можливості) та відповідають вимогам забезпечення взаємозв'язку між результатами і діями за п'ятьма напрямками оцінки відповідно до ключових стейкхолдерів: споживачі, постачальники, інвестори, персонал, держава. Сформована інформаційна база за запропонованою системою є основою для прийняття прогресивних бізнес-рішень щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності на різних ієрархічних рівнях з урахуванням специфіки роздрібної торгівлі.

9. Проведено апробацію запропонованого методичного інструментарію комплексної оцінки ефективності на засадах концепції стейкхолдерів та призми ефективності на прикладі ТОВ «Восторг» за стейкхолдером «Споживачі». На основі градації розрахованих інтегральних показників та комплексних критеріїв оцінки за стратегічним, процесним та операційним рівнями створено профіль ефективності ТОВ «Восторг» за стейкхолдером «Споживачі». За профілем встановлено причинно-наслідкові зв'язки між складовими ефективності за ступенем задоволеність потреб та вимог обох сторін – самого суб'єкта господарювання та його стейкхолдера, ідентифіковано тип ефективності за кожним ієрархічним рівнем оцінки, сформовано основу для індивідуалізації пропозицій щодо методів та заходів підвищення ефективності підприємницької діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф И. Стратегическое управление. М.: Экономика, 1989. 520 с.
2. Антикризове управління підприємством роздрібною торгівлі: звіт з НДР (заключ.) / кер. Н. О. Власова; вик.: Н. О. Власова та ін. Х.: ХДУХТ, 2006. 360 с.
3. Апопій В. В., Криган Р. В., Процишин О. Р. Глобалізаційні процеси і нові тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України // Торгівля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць ЛКА / відповідальний за випуск Б. М. Мізюк; ред. кол.: В. В. Апопій, Ю. А. Дайновський, С. В. Скібінський та ін. 2013. Вип. 15. С. 6–12.
4. Апопій В. В., Лопашук І. А. Соціально-економічна ефективність торгівлі: теоретико-методологічні аспекти // Вісник Львівської комерційної академії. Львів: Вид-во Львівської комерційної академії, 2009. Вип. 31. С. 3–9.
5. Апопій В. В. Теорія організації та структурна перебудова торгівлі // Вісник КНТЕУ. 2005. № 3. С. 29–34.
6. Армстронг М., Бэрон А. Performance Management. Управление эффективностью работы. М.: Нипро Publishing, 2007. 384 с.
7. Асаул А. Н. Организация предпринимательской деятельности. СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. 336 с.
8. Афанасьев Н. В., Рогожин В. Д., Рудыка В. И. Управление развитием предприятия: монография. Харьков: ИНЖЭК, 2003. 184 с.
9. Багиев Г. Л., Асаул А. Н. Организация предпринимательской деятельности. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. 231 с.

10. Базилевич В. Д. Макроекономіка: навч. посібник. К.: Київський державний торгово-економічний університет, 1995. 240 с.
11. Балабан П. Ю., Балабан М. П., Іванов Ю. В. Структурні зміни в матеріально-технічній базі роздрібно́ї торгівлі як чинник впливу на комерційну діяльність підприємств // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. 2015. № 1 (1). С. 61–68.
12. Балабанова І. В., Кривенко Г. В. Діагностика управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств // Торгівля і ринок України: темат. зб. наук. пр. Донецьк: ДонДУЕТ, 2003. Т. 2. Вип. 15. С. 87–94.
13. Балабанова Л. В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция. М.: Экономика, 1990. 206 с.
14. Балацкий О. Ф., Лапин Е. В., Акуленко В. Л. Экономический потенциал административных и производственных систем: монография. Сумы: Университетская книга, 2006. 972 с.
15. Бедринець М. Д. Ефективність діяльності суб'єктів підприємництва в сучасних умовах господарювання // Бізнес Інформ. 2013. № 4. С. 183–190.
16. Березін О. В., Карпенко Ю. В. Теорія і практика забезпечення ефективного використання потенціалу торговельних підприємств: монографія. Полтава: ІнтерГрафіка, 2012. 203 с.
17. Берман Б., Эванс Дж. Р. Розничная торговля: стратегический поход. 8-е издание. М.: Вильямс, 2003. 1184 с.
18. Бланк И. А. Торговый менеджмент. 2-е изд., перераб. и доп. СПб.: Ника-Центр; Киев: Эльга, 2004. 780 с.

19. Бокій О. В. Динаміка та фактори платоспроможного попиту населення в Україні // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. 2015. Т. 20. Вип. 6. С. 32–35. URL: http://www.visnyk-onu.od.ua/journal/2015_20_6/8.pdf.
20. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. А. М. Прохоров. М.: Большая Российская энциклопедия, 1997. 1456 с.
21. Борисов А. Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 2003. 895 с.
22. Боровкова В. Управление рисками в торговле. СПб.: ПИТЕР, 2004. 288 с.
23. Бохан А. В. Міжнародна торгівля в контексті інноваційної інтеграції екологічних ресурсів // Ефективна економіка. 2011. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_4_5.
24. Брагин Л. А. Розничная торговля: современные тенденции и перспективы развития. М., 2009. 236 с.
25. Братанич М. В., Полозова Т. В. Визначення сутності економічної ефективності та класифікація її видів // Економіка промисловості. 2010. № 4. С. 153–155.
26. Бурак І. О. Концептуальні підходи до визначення сутності та видів торговельної діяльності // Молодий вчений. 2016. № 3. С. 26–30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_3_10.
27. Буряк А. В., Маслак Н. Г. Методические подходы к оценке эффективности деятельности банка // Бизнес Информ. 2009. № 12. С. 187–191.
28. Ван Хорн Дж. К., Вахович Дж. М. Основы управления финансами / гл. ред. серии Я. В. Соколова. М.: Финансы и статистика, 2003. 800 с.
29. Варналій З. С. Основы підприємництва: навч. посіб. К.: Знання-Прес, 2002. 239 с.

30. Васильчак С. В., Жидяк О. Р. Оцінка ефективності розвитку торговельних підприємств України // Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Вип. 21.9. С. 146–149.
31. Васюренко О., Подчесова В. Ціна кредитних ресурсів як ключова складова системи управління кредитним ризиком // Банківська справа. 2008. № 1. С. 28–34.
32. Ващенко Н. Сутність інновацій торговельного підприємства // Теоретичні та прикладні питання економіки. 2014. № 1 (28). С. 369–380.
33. Вітлінський В. В., Великоіваненко Г. І. Ризикологія в економіці та підприємстві: монографія. К.: КНЕУ, 2004. 480 с.
34. Вічевич А. М., Максимець О. В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: навч. посіб. Львів: Афіша, 2004. 140 с.
35. Виклики і ризики розгортання кризових процесів в Україні та напрями економічної політики їх запобігання / наук. ред. В. Юрчишин. К.: Заповіт, 2017. 156 с.
36. Виноградська А. М. Комерційне підприємство: сучасний стан, стратегії розвитку: монографія. К.: Центр навч. літ-ри, 2004. 807 с.
37. Височин І. В. Управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 544 с.
38. Височин І. В., Вавдійчик І. М. Дослідження сучасного стану управління товарними ресурсами підприємств роздрібною торгівлі України // Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 7. С. 264–269. URL: <http://www.global-national.in.ua/archive/7-2015/58.pdf>.
39. Власова Н. О., Мелушова І. Ю. Використання маржинального аналізу під час формування фінансових результатів підприємств торгівлі // Торговля і ринок України: зб. наук. праць. Донецьк: Вид-во ДонНУЕТ. 2009. Вип. 27. С. 435–443.

40. Власова Н. О., Гросул В. А., Чирва Ю. Є. Діагностика фінансової кризи підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2007. 209 с.
41. Власова Н. О., Чорна М. В., Беляєва М. В. Економічний механізм регулювання підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2013. 156 с.
42. Власова Н. О., Мельник Л. О. Ефективність кредитування підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Х.: ХДУХТ, 2008. 163 с.
43. Власова Н. О. Оцінка ефективності господарсько-фінансової діяльності підприємств громадського харчування: навч. посібник. Х.: ХДАТОХ, 1998. 127 с.
44. Власова Н. О., Мелушова І. Ю., Андросов В. Ю. Трудовий потенціал як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємств торгівлі // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. Харків: ХДУХТ, 2013. Вип. 2 (1). С. 75–83.
45. Власова Н. О., Безгінова Л. І. Формування оптимальної структури капіталу у підприємствах роздрібної торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2006. 160 с.
46. Мазараки А. А., Бланк І. О., Лігоненко Л. О., Гуляєва Н. М. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку: монографія. Київ: КНТЕУ, 2006. 194 с.
47. Копич І. М. та ін. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку: монографія. Львів: Новий Світ – 2000, 2014. 564 с.
48. Волкова Н. А., Гогняк І. О. Аналіз стану роздрібної торгівлі України та напрямки її розвитку // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. Вип. 21. Ч. 2. С. 180–182.

49. Воронкова А. Е. Диагностика stanu підприємства: теорія і практика: монографія. Харків: ІНЖЕК, 2008. 520 с.
50. Высоцкая Е. И. Торговля и предпринимательство: особенности и правовое регулирование // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2013. № 2 (78). С. 9–16.
51. Гайдар С. М. Оцінка фінансової стійкості підприємств роздрібної торгівлі: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Х., 2009. 179 с.
52. Герасименко В., Хижина А. Потребительское поведение в посткризисный период на российских FMCG рынках // Маркетинг. 2012. № 3 (124). С. 43–52.
53. Гершун А. М. Анализ внешней среды бизнеса // ITeam.ru – технологии корпоративного управления. URL: https://iteam.ru/publications/marketing/section_23/article_3634.
54. Говорушко Т. А., Кулинич Ю. М. Науково-теоретичні проблеми застосування показника «економічна додана вартість» в оцінці майна підприємства // Наукові праці Національного університету харчових технологій. 2012. № 45. С. 122–127. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npnukht_2012_45_23.
55. Голубева Т. С., Колос І. В. Методологічні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства // Актуальні проблеми економіки. 2006. № 5 (59). С. 66–71.
56. Духнич Ю. Концепция управления эффективностью: история эволюции и нюансы внедрения // Корпоративный менеджмент. URL: <http://www.cfin.ru/management/controlling/performance.shtml>.
57. Гонський М. Д. Комерційна функція як основа ефективної комерційної діяльності торговельного підприємства // Економіка розвитку. (Economics of Development). 2014. № 2 (70). С. 103–107.

58. Гонський М. Д. Сутність і зміст комерційної діяльності торговельного підприємства // Науковий вісник НЛТУ України. 2011. Вип. 21.1. С. 177–182.

59. Господарський кодекс України. Від 16 січня 2003 р. № 436-IV. З подальшими змінами // Відомості Верховної Ради (ВВР). 2003. № 18, № 19-20, № 21-22. Ст. 144. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

60. Грабовецький Б. Є. Економіко-статистичні моделі і методи: теоретико-прикладні аспекти: монографія. Вінниця: ВНТУ, 2013. 204 с.

61. Графова Г. Ф., Гуськов С. В. Оценка эффективности производственно-хозяйственной деятельности организаций. М.: Академия, 2007. 242 с.

62. Грінченко О. В. Формування системи показників оцінки економічної ефективності підприємств оптової торгівлі. URL: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ark8gRm8YtYJ:https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.1/087.pdf+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ua&client=firefox-b>.

63. Гриценко А., Соболев В. Рыночная инфраструктура: сущность, функции, строение // Экономика Украины. 1998. № 4. С. 35–44.

64. Гросул В. А., Аванесова Н. Е. Оцінка ефективності функціонування підприємств торгівлі з позицій ключових стейкхолдерів: монографія. Харків: ХДУХТ, 2010. 230 с.

65. Гросул В. А., Афанасьєва М. В., Янчев А. В. Управління конкурентним потенціалом підприємств роздрібною торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2016. 244 с.

66. Грязев М. В., Коршунова Г. В. Стратегические основы взаимодействия промышленных предприятий: монография. Тула: Финансы и кредит, 2012. 360 с.

67. Гуз Р. З. Коммерческая работа в розничной торговле. М.: Экономика, 1965. 482 с.

68. Дарбинян М. М. Коммерческая работа и изучение спроса в торговле. М.: Экономика, 1971. 568 с.

69. Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К., Памбухчиянц О. В. Коммерция и технология торговли. М.: Дашков и К, 2011. 697 с.

70. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

71. Доценко Н. В., Скрынник А. И., Лысенко А. И. Применение модели «стейкхолдер» для анализа эффективности управления заинтересованными сторонами проекта // *Радіоелектронні і комп'ютерні системи*. 2015. № 1 (71). С. 116–119.

72. Друкер П. Ф. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения. Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2003. 284 с.

73. Дядін А. С. Багатоаспектність підприємництва в економічній системі // *Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Економічні науки*. 2013. № 1 (64). С. 54–58.

74. Дядін А. С. Дефініція категорії «підприємницька діяльність» // *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2017. Вип. 1 (25). С. 62–72.

75. Дядін А. С., Ткаченко С. О. Електронна торгівля: шляхи підвищення культури обслуговування споживачів // *Бізнес Інформ*. 2015. № 11. С. 200–204.

76. Дядін А. С. Ефективність підприємництва в діяльності торговельних організацій // *Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави: тези доповідей V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 18 листопада 2016 р. X.*: ХНУВС, 2016. С. 441–443.

77. Дядін А. С. Інноваційний розвиток роздрібної торговельної мережі та шляхи покращення обслуговування споживачів // Бізнес Інформ. 2014. № 12. С. 319–323.

78. Дядін А. С. Основні принципи оцінки ефективності підприємницької діяльності у сфері роздрібної торгівлі // Сучасні тенденції та перспективи розвитку системи управління в Україні та світі: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 16–17 березня 2017 р. Київ: Державний університет телекомунікацій, Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва, 2017. С. 202–203.

79. Дядін А. С. Підвищення рівня конкурентоспроможності економіки країни за рахунок іноземних інвестицій // Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність: тези Міжнар. наук.-практ. конф.: у 2 ч., м. Харків, 14 травня 2015 р. Х.: ХДУХТ, 2015. Ч. 2. С. 131–132.

80. Дядін А. С. Привабливість і стимулювання надходження інвестицій в економіку України // Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: тези Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 75-річчю з дня народження ректора університету (1988–1991 рр.), доктора технічних наук, професора, члена-кореспондента ВАСГНІЛ Беляєва Михайла Івановича: у 2 ч., м. Харків, 19 листопада 2013 р. Х.: ХДУХТ, 2013. Ч. 2. С. 163–164.

81. Дядін А. С. Цінове стимулювання продажів на підприємствах торгівлі // Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Суми, 21–22 травня 2016 р. Суми: Сумська філія Харківського національного університету внутрішніх справ, 2016. С. 266–268.

82. Дядюк М. А., Круглова Е. А., Фощан В. В. Финансовый леве́ридж как инструмент оценки риска формирования финансовой структуры капитала торгового предприятия // Бізнес Інформ. 2014. № 9. С. 200–215.

83. Загорна Т. О. Конкурентна динаміка роздрібно́ї торгівлі: теорія, діагностика, моделювання: монографія. Донецьк: Ноулідж, Донец. від-ня, 2013. 462 с.

84. Зарецька Л. М. Організація комерційної роботи з продажу продукції в торгово-виробничій фірмі // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2013. Вип. 1 (2). С. 55–63. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2013_1%282%29__10.

85. Зосімова А. В. Формування технології оцінки та аналізу ефективності діяльності підприємства // Управління розвитком. 2014. № 1. С. 88–91. URL : <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5349/1/Зосімова%20А.%20В.%20Формування%20технології%20оцінки%20та%20аналізу%20ефективності%20діяльності%20підприємства.pdf>.

86. Івченко Є. І., Карпенко Є. А. Формування системи показників оцінки ефективності діяльності підприємств роздрібно́ї торгівлі: процесний підхід. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/64807/17-Ivchenko.pdf?Sequence=1>.

87. Іжевський В. В. Інноваційний розвиток роздрібно́ї торгівлі та ресторанного господарства: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Львів, 2011. 189 с.

88. Ишикава К. Японские методы управления качеством. М.: Экономика, 1988. 256 с.

89. Камінський С. І. Основні тенденції зміни тривалості фінансового циклу на підприємствах торгівлі // Інвестиції: практика та досвід. 2013. № 19. С. 96–99. URL: www.investplan.com.ua/pdf/19_2013/22.pdf.

90. Капітальні інвестиції в Україні у 2010–2015 роках: Статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2016. 115 с.

91. Каплан Р. С., Нортон Д. П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. М.: Олимп-Бизнес, 2003. 214 с.

92. КВЕД-2010: Секція Г. Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів. URL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/SECT/KVED10_G.html.

93. Кіндрацька Г. І. Оцінка привабливості ринку в процесі формування бізнес-стратегії організації // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2009. № 484. С. 270–278.

94. Кісельов А. П. Основи бізнесу. К.: Вища школа, 1997. 191 с.

95. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры. М.: Финансы и статистика, 2002. 560 с.

96. Комерційна діяльність: підручник / за ред. проф. В. В. Апопія. К.: Знання, 2008. 558 с.

97. Кононенко О., Маханько О. Аналіз фінансової звітності. 4-те вид., перероб. і доп. Х.: Фактор, 2006. 208 с.

98. Духонин Е. Ю., Исаев Д. В., Мостовой Е. О. и др. Концепция Business Performance Management: начало пути. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 269 с.

99. Копосов Г. О., Шелухін П. Г. Обґрунтування методичного підходу щодо прийняття управлінських рішень з використанням гештальтів // Вісник ДонНУЕТ. № 3. 2011. С. 101–109. URL: <http://www.stattionline.org.ua/ekonom/60/8146-obgruntuvannya-metodichnogo-pidhodu-shhodo-prijnyattya-upravlinskix-rishen-z-vikoristannyam-geshtaltiv.html>.

100. Кортов С. В., Малышева Л. А. Методика оценки эффективности управления организационными изменениями // Вестник УРФУ. Серия: Экономика и управление. 2003. № 1. С. 22–30.

101. Костирко Р. О., Тертична Н. В., Шевчук В. О. Комплексна оцінка вартості підприємства: монографія. 2-ге вид., перероб. і доп. Х.: Фактор, 2008. 278 с.

102. Костирко Л. А. Стратегія фінансово-економічної діяльності господарюючого суб'єкта: методологія і організація: монографія. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2002. 560 с.

103. Костяков С. Несколько слоев бизнес-аналитики // Intelligent Enterprise. 2010. № 9 (219). URL: <https://www.iemag.ru/analytics/detail.php?ID=21330>.

104. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / пер. с англ. под ред. Л. А. Волковой. СПб.: Питер, 2000. 752 с.

105. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление. М.: Олимп Бизнес, 2005. 569 с.

106. Кравчук О., Одосій О. Оподаткування в Україні. Приховані ресурси // Журнал соціальної критики Commons. URL: <http://commons.com.ua/ru/opodatкування-v-ukrayini-prihovani-resursi/>.

107. Краснокутська Н. С., Лачкова В. М. Управління комерційними ризиками підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Харків: Видавець Іванченко І.С., 2014. 144 с.

108. Краснокутська Н. С. Управління потенціалом торговельного підприємства: монографія. Х.: ХДУХТ, 2012. 322 с.

109. Краус К. М. Управління маркетингом малих торговельних підприємств: монографія. К.: Центр учбової літ-ри, 2015. 226 с.

110. Крие А., Жалле Ж. Внутренняя торговля. М.: Прогресс, 1993. 192 с.
111. Крисько Ж. Л. Сутність та види комерційної діяльності підприємства // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє: Щорічник / за заг. ред. М. В. Лазаровича. Тернопіль: Економічна думка ТНЕУ, 2014. Вип. 18. С. 75–83.
112. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. Основи менеджменту: підручник. К.: Академвидав, 2003. 416 с.
113. Курс економіки / за ред. Б. А. Райзберг. М.: ИНФРА-М, 1997. 538 с.
114. Кэмп С. Роберт. Легальный промышленный шпионаж. Бенчмаркинг бизнес-процессов: технологии поиска и внедрение лучших методов работы ваших конкурентов / пер. с англ. под ред. О. Б. Максимовой. Днепропетровск: Баланс-клуб, 2004. 416 с.
115. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. СПб.: Питер, 2011. 720 с.
116. Ларионова Т. А. Индекс потребительских настроений // Официальный сайт Forex. 2016. URL: <http://forexaw.com/>.
117. Левченко Ю. Г. Методичні підходи до визначення ефективності господарської діяльності підприємства. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2022/1/APPROACHES%20TO%20THE%20DEFINITION.pdf>.
118. Леонтьев Е. Д. Модели и методы оценки эффективности управления малым предприятием связи: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Курск, 2014. 169 с.
119. Лісіца В. В. Глобалізація в торгівлі: вплив світових процесів на український роздрібний ринок: монографія. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2009. 150 с.

120. Лиса С. С. Класифікація форматів та особливості розвитку роздрібною торгівлі України // Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 15. С. 254–258.

121. Лопатюк Р. І. Прогнозування рівня інвестиційної діяльності підприємств аграрної сфери // Ефективна економіка. 2013. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_4_52.

122. Лугінін О. Є., Білоусова С. В., Білоусов О. М. Економетрія: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літ-ри, 2005. 252 с.

123. Лукан О. Аналіз ефективності маркетингової діяльності підприємства // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2014. № 5. С. 42–51. URL: <http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2014/05/6.pdf>.

124. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства: підруч. для вузів / під ред. проф. Н. М. Ушакової. К.: Хрещатик, 1999. 800 с.

125. Мазараки А. А. Торговля. Деньги. Менталитет: монографія. К.: Книга, 2006. 632 с.

126. Мазур О. Є. Розширення предметно-змістовного трактування підприємництва в роздрібній торгівлі: інтегрально-функціональний підхід // Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2013. Т. 18. Вип. 3 (2). С. 107–110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2013_18_3%282%29__28.

127. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс. М.: ИНФРА-М, 2003. 983 с.

128. Малярець Л. М., Штереверя А. В. Збалансована система показників в оцінці діяльності підприємства. Харків: ХНЕУ, 2008. 188 с.

129. Марцин В. С. Економіка торгівлі: підручник. К.: Знання, 2006. 402 с.

130. Матюх С. А. Дослідження сучасних методів оцінки ефективності діяльності організацій // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. Тернопіль: Економічна думка, 2014. Т. 15. № 3. С. 79–85.

131. Мейер М. В. Оценка эффективности бизнеса / пер. с англ. А. О. Корсунский. М.: Вершина, 2004. 272 с.

132. Мельничук Л. Ю. Рентабельність власного капіталу як інтегральний показник результативності діяльності підприємств // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2010. № 4. Т. 4. С. 41–46.

133. Асаул А. Н., Павлов В. И., Бескиерь Ф. И., Мышко О. А. Менеджмент корпорации и корпоративное управление. СПб.: Гуманистика, 2006. 328 с.

134. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1992. 702 с.

135. Методика проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій, затверджена Наказом Агентства з питань запобігання банкрутства підприємств та організацій від 27 червня 1997 р. № 81, зареєстрована в Міністерстві юстиції України 5 серпня 1997 року за № 288/2092. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0288-97>.

136. Михайлова Е. А. Бенчмаркинг. М.: Благовест-В, 2003. 236 с.

137. Момот Т. Оцінка вартості бізнесу: сучасні технології. Х.: Фактор, 2007. 224 с.

138. Мороз О. М., Невмержицький В. І. Основи підприємництва: навч. посіб. Київський національний торговельно-економічний ун-т. К.: КНТЕУ, 2002. 168 с.

139. Нили Э., Адамс К., Кеннерли М. Призма эффективности: Карта сбалансированных показателей для измерения успеха в бизнесе и управления им. Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. 400 с.

140. Норматова Ш. М. Формирование и развитие розничной торговли как основного сегмента сферы услуг: автореф. дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Душанбе: Таджикский государственный университет коммерции, 2012. 17 с.

141. Общая теория статистики. Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности / под ред. О. Э. Башиной, А. А. Спирина. 5-е изд., доп. и перераб. М.: Финансы и статистика, 2000. 440 с.

142. Оптова та роздрібна торгівля, терміни та визначення понять ДСТУ 4302:2004: Національний стандарт України. URL: <http://www.profiwins.com.ua/uk/directories1/dstu4303.html>.

143. Осипова Л. В., Синяева И. М. Основы коммерческой деятельности. Изд. 2-е перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2001. 623 с.

144. Отенко В. І. Формування аналітичного інструментарію оцінки ефективності діяльності підприємства // Бізнес Інформ. 2013. № 5. С. 232–237. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_5_42.

145. Отенко И. П. Методологические основы управления потенциалом предприятия. Х.: ХНЭУ, 2004. 216 с.

146. Офіційний сайт Світового економічного форуму. URL: <http://www.weforum.org>.

147. Власова Н. О. та ін. Оцінка економічного потенціалу підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Х.: ХДУХТ, 2011. 189 с.

148. Власова Н. О. та ін. Оцінка ефективності господарської діяльності підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Х.: Вид-во Іванченка І.С., 2012. 197 с.

149. Павлова В. А., Губарев Р. В. Оцінювання і прогнозування конкурентоспроможності підприємства: монографія. Дніпропетровськ: Університет Альфреда Нобеля, 2015. 188 с.
150. Павлова В. А. Про концепцію розвитку торгівлі у великому місті // Європейський вектор економічного розвитку. Економічні науки. 2015. № 1. С. 118–125.
151. Панкратов Ф. Г., Серьогіна Т. К. Комерційна справа. Рівне: Вертекс, 2001. 352 с.
152. Панова Г. С. Анализ финансового состояния коммерческого банка. М.: Финансы и статистика, 1996. 272 с.
153. Підкамінний І. М., Совершенна І. О. Інноваційний розвиток підприємств роздрібної торгівлі // Бізнес Інформ. 2013. № 1. С. 156–159.
154. Підприємництво у сфері торгівлі // Майстерня своєї справи. URL: <http://msd.in.ua/pidpriyemnictvo-u-sferi-torgivli/>.
155. Пичкалев А. В. Обобщенная функция желательности Харрингтона для сравнительного анализа технических средств // Исследования наукограда. 2012. № 1. С. 25–28.
156. Плахтій Ю. Р., Байцар Р. І. Шляхи підвищення ступеня задоволення споживачів та мінімізація ризиків // Якість технологій та освіти. 2013. № 4. С. 15–19.
157. Пономарьова І. В. Еволюція збалансованих моделей оцінювання ефективності підприємства // Сучасний соціокультурний простір 2010: матеріали VII Всеукр. наук.-практ. інтерн.-конф. М. Київ, 20–22 вересня 2010 р. К.: ТОВ «ТК Меганом», 2010. Ч. 1. С. 52–60. URL: <http://intkonf.org/ponomarova-iv-evolyutsiya-zbalansovanih-modeley-otsinyuvannya-efektivnosti-pidpriemstva/>.

158. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ. под ред. В. Д. Щетинина. М.: Международные отношения, 1993. 896 с.

159. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства. Затверджено Наказом Міністерства економіки України № 14 від 19.01.2006 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/rada/show/v0014665-06>.

160. Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні: монографія / під наук. кер. А. І. Ковальова. Одеса: Атлант, 2010. 266 с.

161. Прокопчук А. П. Теоретико-методологічні аспекти визначення ефективності діяльності підприємства торгівлі в сучасній науковій думці // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. Львів, 2005. Вип. 19. С. 245–250.

162. Прокоф'єва К. В. Теоретична сутність економічної категорії «ефективність діяльності підприємства» // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. 2013. Вип. 6. Т. 2. С. 255–258.

163. Пурыжова Л. В. Оценка эффективности предпринимательской деятельности: основные подходы // Молодой ученый. 2015. № 10.2. С. 76–78. URL: <https://moluch.ru/archive/90/19040/>.

164. Райзберг Б. А. Основы экономики. М.: ИНФРА-М, 2002. 408 с.

165. Редченко К. Показательное несогласие: Balanced Scorecard и Tableau de bord // ITeam – технологии корпоративного управления. URL: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_27/article_611/.

166. Рижкова Г. А. Систематизація факторів внутрішнього і зовнішнього середовища торговельного підприємства для подальшого

аналізу // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2011. № 1 (4) С. 339–345.

167. Рильська Н. В. Бізнес-стратегії підприємства роздрібної торгівлі: особливості та підходи до формування // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2009. Вип. 2. С. 353–361. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2009_2_52.

168. Роздрібна торгівля України у 2000–2010 роках: статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2011. 191 с.

169. Роздрібна торгівля України у 2015 році: статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2016. 135 с.

170. Романчук А. Л. Оцінка ефективності діяльності сучасного підприємства: теоретичний та методичний аспекти // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. 2015. Вип. 1. С. 95–105. URL: http://www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2015/v1/NV-2015-v1_13.pdf.

171. Руцишин Н. М. Інтегральна оцінка ефективності функціонування торговельних підприємств та методи розрахунку інтегральних показників // Науковий вісник НЛТУ України. 2007. Вип 17. С. 176–180.

172. Савицкая Г. В. Экономический анализ. 14-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2013. 649 с.

173. Садеков А. А., Цурик В. В. Управление предприятием в условиях кризиса: монография. Донецк: ДонГУЭТ, 2006. 178 с.

174. Сальников И. И., Виноградова Н. И. Методические подходы к оценке эффективности деятельности предприятий розничной торговли // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2012. № 4. С. 234–237.

175. Свідерський Є. І. Бухгалтерський облік у галузях економіки. К.: КНЕУ, 2004. 233 с.
176. Сіменко І. В. Принципи економічного аналізу: дослідження питань класифікації // Економічний аналіз. 2008. Вип. 2 (18). С. 23–27.
177. Синіговець О. М. Сучасні підходи до оцінки ефективності діяльності підприємства // Вісник НТУ «ХП». 2010. № 58. С. 8–13.
178. Синецкий Б. И. Основы коммерческой деятельности: М.: Юристъ, 1998. 659 с.
179. Ситник Г. Класифікація бізнес-процесів підприємства торгівлі на основі процесного підходу // Схід. 2012. № 5 (119). С. 54–61. URL: <http://skhid.com.ua/article/view/16605/14155>.
180. Ситник Н. С. Модернізація внутрішньої торгівлі України: монографія. Львів: Новий світ – 2000, 2013. 318 с.
181. Ситник Н. С. Модернізація внутрішньої торгівлі України: теорія і практика: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.03. Львів, 2015. 36 с.
182. Слиньков В. Н. Сбалансированная система показателей в менеджменте организации: теория и практика. Киев: КНТ, 2007. 292 с.
183. Словарь иностранных слов / под ред. И. В. Лехина, и др. Изд. 6-е, перераб. и доп. М.: Советская Энциклопедия, 1964. 784 с.
184. Сметанюк О. А., Сочівець О. П. Етимологія категорії «ефективність управління організацією» // Актуальні проблеми економіки. 2009. № 8 (98). С. 136–140.
185. Сотніков А. В. Еволюція концепції вартісно-орієнтованого управління // Ринок цінних паперів України. 2007. № 1–2. С. 252–257.
186. Споживчі настрої в Україні, травень 2017. URL: <http://www.gfk.com/uk-ua/rishennja/news/doslidzhennja-spozhhivchikh-nastrojiv-v-ukrajini-v-2017-roci/>.

187. Справочная информация: Основные форматы розничной торговли.
URL: <http://commercialproperty.ua/references/retail.php>.

188. Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами.
AA 1000 SES. Фонд Институт экономики города; Институт Accountability
2005. 64 с. URL: www.accountability.org.uk/resources.

189. Сухарева К. В., Колодьянова А. А. Оцінка ефективності діяльності підприємства: теоретико-методологічний підхід // Економічний форум. 2016. № 1. С. 244–243.

190. Тарасова О. О. Моделювання бізнес-процесів торговельного підприємства з використанням стандарту IDEF0 // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2013. № 776. С. 172–178.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_776_28.

191. Тищенко О. М., Іванов Ю. Б., та ін. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: монографія. Х.: ІНЖЕК, 2006. 384 с.

192. Ткаченко С. О., Дядін А. С. Вдосконалення системи диверсифікації торгівлі // Бізнес Інформ. 2011. № 9. С. 94–96.

193. Ткаченко С. О., Дядін А. С. Підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери обігу // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України: електронне наукове видання. 2011. № 1. С. 577–582. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/zpnuudp_2011_1_56.

194. Толстых Т. О., Дударева О. В. Критерии и методы оценки эффективности деятельности предприятия // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2011. Т. 7. № 11–3. С. 98–102.

195. Торговельне підприємництво: механізм розвитку і фінансової підтримки: монографія / за наук. ред. д-ра екон. наук С. В. Князя. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2015. 724 с.
196. Торговельне підприємництво: теорія та практика: монографія / за ред. Л. О. Лігоненко. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 304 с.
197. Лігоненко Л. О., Богославець Г. М., Піратовський Г. Л. та ін. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 334 с.
198. Труніна І. М. Забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності: монографія. Харків: Точка, 2013. 436 с.
199. Турило А. А., Турило А. М. Оцінка результативності, ефективності, продуктивності та збитковості підприємства: монографія. Кривий Ріг: Етюд-Сервіс, 2010. 196 с.
200. Україна у цифрах у 2015 році / Державна служба статистики України. Київ, 2016. 239 с.
201. Унковська Т. Нова економічна стратегія для України // Дзеркало тижня. 24.02.2017. URL: <https://dt.ua/macrolevel/nova-ekonomichna-strategiya-dlya-ukrayini-.html>.
202. Ушакова Н. Г., Савицька Н. Л. Внутрішня торгівля України: теоретико-функціональний аналіз: монографія. Харків: ХДУХТ, 2010. 321 с.
203. Фасхиев Х. А. Удовлетворенность потребителей и ее оценка // Маркетинг в России и за рубежом. 2010. № 2. С. 39–52.
204. Федосенко С. Г. Адміністративно-правова характеристика порушень правил торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами // Науковий вісник Національного університету державної податкової

служби України (економіка, право): збірник наукових праць. 2010. № 4. С. 199–205.

205. Фелпс Б. Умные бизнес-показатели: Система измерения эффективности как важный элемент менеджмента. М.: Баланс Бизнес Бук, 2004. 288 с.

206. Філіна А. І., Коноплицький В. А. Економічний словник: тлумачно-термінологічний. К.: Вид-во КНТ, 2007. 580 с.

207. Фридаг Х. Р., Шмидт В. Сбалансированная система показателей. М., 2006. 767 с.

208. Ченг Ф. Л., Финнерти Дж. И. Финансы корпораций: теория, методы и практика. М.: ИНФРА-М, 2000. 686 с.

209. Чернявська М. К. Роздрібна торгівля України: сучасний стан та перспективи розвитку // Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 15. URL: http://bses.in.ua/journals/2017/15_2017/46.pdf/.

210. Чижиков Г. Д. Фактор часу в системі вартісної орієнтації підприємства // Ефективна економіка. 2013. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_3_69.

211. Чорна М. В., Маковоз О. С. Аналіз впливу логістичних систем на конкурентоспроможність підприємств торгівлі // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць ХДУХТ. Харків, 2016. Вип. 1 (23). С. 27–35.

212. Чорна М. В. Обґрунтування підходу до визначення ефективності діяльності підприємств торгівлі як основи їх конкурентостійкості // Формування ринкових відносин в Україні. 2009. № 7–8. С. 113–128.

213. Чорна М. В., Жувагіна І. О. Оцінка інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі: монографія. Х.: Лідер, 2014. 153 с.

214. Чорна М. В. Стратегія взаємодії підприємств роздрібної торгівлі з постачальниками // Ефективна економіка. 2010. № 10. URL: <http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvna-ekonomika&s=ua&z=337>.

215. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія. Харків: ХДУХТ, 2010. 426 с.

216. Чорна М. В., Філіпішина Л. М. Формування цінової політики підприємств роздрібної торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2007. 155 с.

217. Чорна М. В., Блохіна О. М. Управління конкурентними перевагами підприємства: вітчизняний та міжнародний досвід: монографія. Х.: Вид-во «Лідер», 2015. 194 с.

218. Чорна М. В., Дядін А. С. Вдосконалення системи оцінки ефективності підприємницької діяльності в ритейлі на засадах реалізації інтересів стейкхолдерів в умовах невизначеності та ризику // Управління розвитком. 2017. № 1–2 (187–188). С. 43–51.

219. Чорна М. В., Дядін А. С. Графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2017. Т. 1. Вип. 3. С. 232–239.

220. Чорна М. В., Дядін А. С. Ефективність підприємницької діяльності суб'єктів господарювання в роздрібній торгівлі в умовах конкуренції // Актуальні проблеми та напрями розвитку потенціалу соціально-економічних систем в умовах конкуренції: колективна монографія. Х., 2017. С. 154–159.

221. Чорна М. В., Дядін А. С. Методичний підхід до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі // Вісник Одеського національного університету. 2017. Т. 22. Вип. 3 (56). С. 112–118.

222. Что могут себе позволить украинцы на свою зарплату. Вести. URL: <http://vesti-ukr.com/politika/222113-chto-mohut-cebe-pozvolit-ukraintsy-na-svoju-zarplatu>.

223. Шляга О. В. Ефективність господарської діяльності: сутність та підходи // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 1. С. 43–48. URL: <http://e-visnyk.zdia.zp.ua/journals/1-01-2016/8.pdf>.

224. Шталь Т. В., Дядін А. С. Вдосконалення розвитку конкурентоспроможності економіки на інноваційно-інвестиційній основі. Технологічний аудит та резерви виробництва. 2015. № 1/5 (21). С. 85–89. (Экономика и управление предприятием).

225. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1994. 292 с.

226. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. М.: Прогресс, 1982. 563 с.

227. Эклунд К. Эффективная экономика – шведская модель (Экономика для начинающих и не только для них) / авт. предисл. В. В. Попов, Н. П. Шмелев; науч. ред. А. М. Волков. М., 1991. 466 с.

228. Якубович М. А. Финансовые показатели эффективности функционирования предприятий // Планово-экономический отдел. 2005. № 9. С. 36–39.

229. Ячменьова В. М., Височина М. В., Сулима О. Й. Ефективність управління діяльністю промислового підприємства та діагностика загроз: монографія. Сімферополь: ВД АРІАЛ, 2010. 472 с.

230. Arnold G., Davies M. Value-Based Management: Context and Application. UK: John Wiley & Sons: Chichester, 2000. 384 p.

231. Cooper W. W., Seiford L. M., Tone K. Data Envelopment Analysis. Boston: Kluwer Academic Publishers, 2000. 512 p.
232. Crosby P. Quality without tears. McGraw-Hill, 1995. 225 p.
233. Deming W. Quality, productivity and competitive position. Cambridge, MA: MIT Press, 1986. 35 p.
234. Does ISO 9000 certification pay? // ISO Managements System. 2002. Juli. August. P. 31–40.
235. Feigenbaum A. Total Quality Control. McGraw-Hill, 1991. 863 p.
236. Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman, 1984. 256 p.
237. Grynko T., Koshevoi M., Gviniashvili T. Methodological approaches to evaluation the effectiveness of organisational changes at communication enterprises // Economic Annals–XXI. 2016. № 156 (1–2). P. 78–82.
238. Juran J. Quality control Handbook. McGraw-Hill, 1989. 1774 p.
239. Kaplan R. S. How the Balanced Scorecard complements the McKinsey 7-s model // Strategy and leadership. 2005, №. 3. P. 41–46.
240. Krasnokutska N., Kruglova O. Particularities of formation and use of resource potential of trade enterprises in Ukraine // Economic Annals–XXI. 2016. № 162 (11–12). P. 73–78.
241. Kuzmin O., Khilukha O. Regulation of stakeholders' interests in corporate governance through negotiations // Economic Annals–XXI. 2016. № 161 (9–10). P. 56–60.
242. Norreklit H. The balance on the Balanced Scorecard a critical analysis of some of its assumptions // Management Accounting Research. 2000. № 1. P. 65–88.
243. Porter M. E., Kramer M. R. Creating Shared Value // Harvard Business Review. 2011. № 1–2 (Jan.-Feb.). P. 62–77.

244. Post J. E., Preston L. E., Sachs S. *Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth*. Stanford University Press, 2002. P. 5–27.

245. Schechter L. *A Normative Conception of Value* // *Progressive Grocer*. 1984. P. 12–14.

246. *The Global Competitiveness Report 2014–2015* // *World Economic Forum*. 2014. 549 p.

247. *The Global Competitiveness Report 2015–2016* // *World Economic Forum*. 2015. 403 p.

248. *The Global Competitiveness Report 2016–2017* // *World Economic Forum*. 2016. 400 p.

249. *The Global Terrorism Index 2014* // *The Institute for Economics and Peace*. 2014. 94 p.

250. *The Global Terrorism Index 2015* // *The Institute for Economics and Peace*. 2015. 111 p.

251. World Bank. *Doing Business 2015: Going Beyond Efficiency*. Washinton, DC: World Bank. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO. 2014. 331 p.

252. World Bank. *Doing Business 2016: Measuring Regulatory Quality and Efficiency*. Washington, DC: World Bank. License: Creative Commons Attribution CCBY 3.0 IGO. 2016. 348 p.

ДОДАТКИ

Продовж. табл. А.1

1	2	3	4	5	6	7	8
Захист інтересів міноритарних акціонерів	146	139	134	136	7↗	5↗	-2↘
Надійність захисту інвестора	100	105	95	79	-5↘	10↗	16↗
2. Інфраструктура	68	68	69	75	↔	-1↘	-6↘
Якість інфраструктури в цілому	70	75	82	88	-5↘	-7	-6↘
Якість доріг	144	139	132	134	5↗	7↗	-2↘
Якість залізничної інфраструктури	25	25	28	34	↔	-3↘	-6↘
Якість портової інфраструктури	94	107	108	96	-13↘	-1↘	12↗
Якість інфраструктури повітряних перевезень	105	99	97	103	6↗	2↗	-6↘
Пасажирообіг авіаційного транспорту	58	61	61	60	-3↘	↔	1↗
Якість електропостачання	79	69	75	86	10↗	-6↘	-11↘
Кількість абонентів мобільного зв'язку	37	33	32	26	4↗	1↗	6↗
Кількість ліній фіксованого телефонного зв'язку	43	45	44	47	-2↘	1↗	-3↘
3. Макроекономічна стабільність	107	105	134	128	2↗	-29↘	6↗
Сальдо держбюджету	112	99	104	25	13↗	-5↘	79↗
Норма внутрішніх заощаджень	127	134	124	99	-7↘	10↗	25↗
Інфляція	1	75	134	136	-74↘	-59↘	-2↘
Державний борг	60	66	110	113	-6↘	-44↘	-3↘
Кредитний рейтинг країни	99	105	118	127	-6↘	-13↘	-9↘
4. Охорона здоров'я та початкова освіта	62	43	45	54	19↗	-2↘	-9↘
Захворюваність на туберкульоз	91	90	88	91	1↗	2↗	-3↘
Вплив туберкульозу на ведення бізнесу	81	98	95	96	-17↘	3↗	-1↘
Поширеність ВІЛ	102	106	104	111	-4↘	2↗	-7↘
Вплив ВІЛ/СНІД на ведення бізнесу	74	86	84	85	-12↘	2↗	-1↘
Дитяча смертність	53	54	53	51	-1↘	1↗	2↗
Середня очікувана тривалість життя	93	88	87	92	5↗	1↗	-5↘
Якість початкової освіти	37	40	45	51	-3↘	-5↘	-6↘
Охоплення початковою освітою	94	31	33	57	63↗	-2↘	-24↘
* - рейтинг без врахування зміни кількості країн, що оцінювались							

Таблиця А.2

Рейтинг та динаміка розвитку основних показників блоку підсилювачів ефективності індексу глобальної конкурентоспроможності (складено автором на основі даних [146; 246–248])

Другий блок. Підсилювачі ефективності та відповідні показники.	Рейтинг України*				Динаміка розвитку		
	2013-2014 pp.	2014-2015 pp.	2015-2016 pp.	2016-2017 pp.	2014 p.	2015p.	2016 p.
1	2	3	4	5	6	7	8
Підсилювачі ефективності	71	67	65	74	4↗	2↗	-9↘
5. Вища освіта та професійна підготовка	43	40	34	33	3↗	6↗	1↗
Охоплення середньою освітою, %	54	41	39	53	13↗	2↗	-14↘
Охоплення вищою освітою, %	10	13	14	11	-3↘	-1↘	3↗
Якість системи освіти	79	72	54	56	7↗	18↗	-2↘
Якість викладання математики та природничих наук	28	30	38	27	-2↘	-8↘	11↗
Якість шкіл менеджменту	115	88	87	93	27↗	1↗	-6↘
Доступ до Інтернету в навчальних закладах	70	67	44	35	3↗	2↗3	9↗
Доступність дослідницьких та освітніх послуг	92	84	78	77	8↗	6↗	1↗
Підвищення кваліфікації персоналу	103	92	74	94	11↗	18↗	-20↘
6. Ефективність ринку товарів	124	112	106	108	12↗	6↗	-2↘
Інтенсивність конкуренції на внутрішньому ринку	106	101	99	108	5↗	2↗	-9↘
Ступінь монополізації ринку	132	129	98	99	3↗	31↗	-1↘
Ефективність антимонопольної політики	137	136	136	136	1↗	↔	↔
Вплив оподаткування на стимули до інвестування	145	137	129	133	8↗	8↗	-4↘
Сукупна податкова ставка	126	123	11	117	3↗	112↗	-106↘
Кількість процедур, необхідних для відкриття бізнесу	74	57	57	22	17↗	↔	35↗
Час, необхідний для відкриття бізнесу	94	96	101	42	-2↘	-5↘	59↗
Витрати на проведення аграрної політики	127	104	90	69	23↗	14↗	21↗
Поширеність нетарифних бар'єрів	118	106	116	113	12↗	-10↘	3↗
Митні тарифи	41	43	43	41	-2↘	↔	2↗
Частка іноземної власності	127	122	126	128	5↗	-4↘	-2↘
Вплив регулювання на прямі іноземні інвестиції	133	125	122	130	8↗	3↗	-8↘
Тягар митних процедур	140	118	113	130	22↗	5↗	-17↘
Частка імпорту у ВВП	51	60	59	51	-9↘	1↗	8↗
Ступінь орієнтованості на клієнта	71	72	72	83	-1↘	↔	-11↘
Вимогливість покупця	86	73	68	87	13↗	5↗	-19↘
7. Ефективність ринку праці	84	80	56	73	4↗	24↗	-17↘
Співпраця у відносинах працівник - роботодавець	125	119	87	90	6↗	32↗	-3↘

Продовж. табл. А.2

1	2	3	4	5	6	7	8
Гнучкість при встановленні заробітної плати	79	77	71	81	2↗	6↗	-10↘
Практика найму та звільнення	32	64	47	48	-32↘	17↗	-1↘
Витрати, пов'язані зі звільненням	59	57	54	50	2↗	3↗	4↗
Вплив оподаткування на стимулювання праці	140	135	121	124	5↗	14↗	-3↘
Оплата праці і продуктивність	26	31	17	42	-5↘	14↗	-25↘
Ставка на професійне управління	128	115	103	114	13↗	12↗	-11↘
Здатність утримувати таланти	140	132	114	127	8↗	18↗	-13↘
Здатність залучати таланти	136	130	97	93	6↗	33↗	4↗
Частка жінок в робочій силі	53	52	54	59	1↗	-2↘	-5↘
8. Рівень розвитку фінансового ринку	117	107	121	130	10↗	-14↘	-9↘
Наявність фінансових послуг	109	102	101	112	7↗	1↗	-11↘
Доступність фінансових послуг	126	123	123	116	3↗	↔	7↗
Отримання фінансування на внутрішньому фондовому ринку	127	108	118	127	19↗	-10↘	-9↘
Легкість отримання кредитів	116	87	87	112	29↗	↔	-25↘
Доступність венчурного капіталу	120	97	102	123	23↗	-5↘	-21↘
Надійність банків	143	138	140	138	5↗	-2↘	2↗
Регулювання фондового ринку	129	127	135	137	2↗	-8↘	-2↘
Індекс надійності юридичних прав	12	11	17	20	1↗	-6↘	-3↘
9. Технологічна готовність	94	85	86	85	9↗	-1↘	1↗
Доступність новітніх технологій	106	113	96	93	-7↘	17↗	3↗
Впровадження технологій на рівні компаній	100	100	100	74	↔	↔	26↗
Прямі іноземні інвестиції і передача технологій	131	127	117	115	4↗	10↗	2↗
Інтернет - користувачі	93	82	80	80	11↗	2↗	↔
Кількість абонентів широкосмугового Інтернету	71	68	72	64	3↗	-4↘	8↗
Пропускна здатність Інтернету	84	50	64	68	34↗	-14↘	-4↘
Кількість абонентів широкосмугового мобільного Інтернету	94	107	121	130	-13↘	-14↘	-9↘
10. Розмір ринку	38	38	45	47	↔	-7↘	-2↘
Індекс розміру внутрішнього ринку	36	37	46	48	-1↘	-9↘	-2↘
Індекс розміру зовнішнього ринку	37	38	39	38	-1↘	-1↘	1↗
ВВП	38	41	47	48	-3↘	-6↘	-1↘
Відсоток експорту від ВВП	50	54	41	27	-4↘	13↗	14↗

* - рейтинг без врахування зміни кількості країн, що оцінювались

Таблиця А.3

Рейтинг та динаміка розвитку основних показників блоку факторів розвитку та інноваційного потенціалу індексу глобальної конкурентоспроможності (складено автором на основі даних [146; 246–248])

Третій блок. Фактори розвитку та інноваційного потенціалу та відповідні показники	Рейтинг України*				Динаміка розвитку		
	2013-2014 рр.	2014-2015 рр.	2015-2016 рр.	2016-2017 рр.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Фактори розвитку та інноваційного потенціалу	95	92	72	73	3↗	20↗	-1↘
11. Рівень розвитку бізнесу	97	99	91	98	-2↘	8↗	-7↘
Кількість місцевих постачальників	81	80	61	62	1↗	19↗	-1↘
Якість місцевих постачальників	73	83	80	79	-10↘	3↗	1↗
Рівень розвитку бізнес-кластерів	136	128	124	125	8↗	4↗	-1↘
Природа конкурентної переваги	112	107	93	109	5↗	14↗	-16↘
Ширина ланцюжка доданої вартості	87	79	70	97	8↗	9↗	-27↘
Контроль міжнародної дистрибуції	60	82	86	91	-22↘	-4↘	-5↘
Рівень розвитку виробничих процесів	97	95	68	71	2↗	27↗	-3↘
Рівень маркетингу	77	79	81	80	-2↘	-2↘	1↗
Готовність делегування повноважень	124	123	123	122	1↗	↔	1↗
12. Інновації	93	81	54	52	12↗	27↗	2↗
Здатність до інновацій	100	82	52	49	18↗	30↗	3↗
Якість науково-дослідних установ	69	67	43	50	2↗	24↗	-7↘
Витрати компаній на НДВКР	112	66	54	68	46↗	12↗	-14
Співпраця університетів і бізнесу в НДВКР	77	74	74	57	3↗	↔	17↗
Держзакупівлі високотехнологічної продукції	118	123	98	82	-5↘	25↗	16↗
Наявність наукових і інженерних кадрів	46	48	29	29	-2↘	19↗	↔
Патенти на винаходи	52	52	50	49	↔	2↗	1↗

* - рейтинг без врахування зміни кількості країн, що оцінювались

Додаток Б
Показники розвитку роздрібної торгівлі України

Таблиця Б.1

Основні показники динаміки розвитку роздрібної торгівлі України за 2007 – 2016 рр.
(складено автором на основі [70; 168; 169])

Показник	2007р.	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.
<i>Роздрібний товарооборот</i>										
- у млн.грн.	178233	243898	229855,1	280890	350059	405114	433081	438343	487558,1	555975,4
- у % до попереднього року*		136,84	94,24	122,20	124,62	115,73	106,90	101,22	111,23	114,03
<i>Роздрібний товарооборот, у міських поселеннях</i>										
- у млн.грн.	164533	228794	212126	248033,5	319773,8	371798,4	386112,0	390522,7	446508,8	511462,8
- у % до попереднього року*		139,06	92,71	116,93	128,92	116,27	103,85	101,14	114,34	114,55
<i>Роздрібний товарооборот у сільській місцевості</i>										
- у млн.грн.	13700	18109	18829	23347,4	30285,4	33315,5	34033,4	36938,2	41049,3	44512,6
- у % до попереднього року*		132,18	103,98	124,00	129,72	110,01	102,15	108,54	111,13	108,44
<i>Роздрібний товарооборот на 1 особу</i>										
- у грн.	3832	5338	5015	6123	7659	8885	9520	10194	11380	13029
- у % до попереднього року*		139,30	93,95	122,09	125,09	116,01	107,15	107,08	111,63	114,49
<i>Кількість об'єктів роздрібної торгівлі підприємств</i>										
- у тис.од.	71,9	69,2	65,3	64,8	64,2	62,2	59,8	49,60	49,60	49,3
- у % до попереднього року*	-	96,24	94,36	99,23	99,07	96,88	96,14	82,94	100,00	99,40
<i>Кількість магазинів роздрібної торгівлі</i>										
- у од.	52315	50480	47651	48000	48383	47234	45519	38621	38481	38439
- у % до попереднього року*		96,49	94,40	100,73	100,80	97,63	96,37	84,85	99,64	99,89
Індекси фізичного обсягу роздрібно товарообороту, у порівнянних цінах, у відсотках до попереднього року	129,5	117,3	79,1	110,2	113,2	112,3	106,2	90,2	80,2	104,5
Індекс споживчих цін (грудень до грудня попереднього року), %	116,6	122,3	112,3	109,1	104,6	99,8	100,5	124,9	143,3	112,4

* - розраховано автором

Таблиця Б.2

Роздрібний товарооборот за регіонами України, млн.грн. (складено автором на основі [70; 200; 250])

Регіон (область)	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Україна	178233	246903	230955	271380,9	350059,2	405113,9	420145,4	427460,9	487558,1	555975,4
Вінницька	3922	5358	4662	5507,3	7332,7	8322,4	8529,6	9816,2	11426,6	12644,4
Волинська	3134	4306	3889	4550,4	5907,8	7153,0	7962,6	9091,7	11624,3	11986,1
Дніпропетровська	15976	22353	20151	24063,2	29904,2	35035,1	36858,2	42110,9	47718,4	52210,1
Донецька	15942	22229	19913	24608,9	31326,7	37635,8	39121,1	27630,1	15109,2	16031,3
Житомирська	3321	4344	4143	4847,7	6567,7	7222,0	7688,9	9114,7	10793,6	11886,7
Закарпатська	3667	5304	4915	5877,8	7487,0	7709,2	7983,8	9663,1	12239,4	13365,6
Запорізька	6782	9301	8433	10467,6	13377,7	15994,9	16774,7	19371,5	22161,5	25359,2
Івано-Франківська	3133	4519	4248	4751,9	6375,3	7099,0	7415,7	8981,3	10570,5	11664,7
Київська	6663	9859	10010	11736,3	16331,7	20790,4	21808,5	25096,9	31737,8	37060,0
Кіровоградська	2801	3922	3635	4344,6	5324,2	6212,6	6440,6	7534,0	8555,4	9928,9
Луганська	5246	7797	7132	8910,6	11426,9	14160,0	14682,4	7470,3	3102,4	3525,8
Львівська	9472	12827	12984	14504,9	18179,9	19698,3	19092,1	22976,8	29163,4	34118,0
Миколаївська	3862	5310	4819	5546,9	7172,4	8316,0	8681,4	9701,1	11390,7	13287,6
Одеська	9996	14160	14843	17523,6	22806,3	26921,5	28253,2	30719,3	36775,2	43596,4
Полтавська	4678	6726	6054	7011,1	9064,7	10433,4	10619,9	11843,8	13492,8	15410,7
Рівненська	2747	3853	3793	4207,8	5545,2	6233,5	6401,5	7968,6	9422,2	9853,4
Сумська	2688	3674	3378	3766,6	4998,9	5813,9	5845,1	6881,0	8135,3	9338,8
Тернопільська	2252	3309	3321	3738,1	4704,2	4976,4	4964,3	6070,6	7354,1	8052,2
Харківська	12312	16852	15976	18197,4	22952,9	25895,5	27097,3	31179,4	36807,4	41849,7
Херсонська	3326	4392	4421	5064,4	6298,8	7295,1	7694,2	9067,8	10994,4	12567,0
Хмельницька	3368	5003	4410	5136,9	6544,7	7267,5	7380,8	8647,7	10063,3	11530,2
Черкаська	3173	4558	4440	5450,5	7096,9	7907,6	8276,3	9523,4	11057,9	12153,5
Чернівецька	2680	3664	3593	4031,9	4884,5	5076,2	5180,5	6427,7	7659,2	8189,0
Чернігівська	2863	3903	3711	4198,7	5463,8	6293,4	6547,9	7651,9	8855,8	9955,4
м. Київ	35990	47809	43191	50647,8	66033,0	73849,1	75706,0	82921,1	101347,3	120410,7
Автономна Республіка Крим	6430	9064	8431	10170,7	12862,0	16534,0	17404,5			
м. Севастополь	1809	2507	2459	3096,3	4089,1	5268,1	5734,3			

Таблиця Б.3

Структура роздрібного товарообороту за регіонами України

Регіон (область)	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Україна	100,00%	100,0%	100,00%	100,21%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Вінницька	2,20%	2,17%	2,02%	2,03%	2,09%	2,05%	2,03%	2,30%	2,34%	2,27%
Волинська	1,76%	1,74%	1,68%	1,68%	1,69%	1,77%	1,90%	2,13%	2,38%	2,16%
Дніпропетровська	8,96%	9,05%	8,73%	8,87%	8,54%	8,65%	8,77%	9,85%	9,79%	9,39%
Донецька	8,94%	9,00%	8,62%	9,07%	8,95%	9,29%	9,31%	6,46%	3,10%	2,88%
Житомирська	1,86%	1,76%	1,79%	1,79%	1,88%	1,78%	1,83%	2,13%	2,21%	2,14%
Закарпатська	2,06%	2,15%	2,13%	2,17%	2,14%	1,90%	1,90%	2,26%	2,51%	2,40%
Запорізька	3,81%	3,77%	3,65%	3,86%	3,82%	3,95%	3,99%	4,53%	4,55%	4,56%
Івано-Франківська	1,76%	1,83%	1,84%	1,75%	1,82%	1,75%	1,77%	2,10%	2,17%	2,10%
Київська	3,74%	3,99%	4,33%	4,32%	4,67%	5,13%	5,19%	5,87%	6,51%	6,67%
Кіровоградська	1,57%	1,59%	1,57%	1,60%	1,52%	1,53%	1,53%	1,76%	1,75%	1,79%
Луганська	2,94%	3,16%	3,09%	3,28%	3,26%	3,50%	3,49%	1,75%	0,64%	0,63%
Львівська	5,31%	5,20%	5,62%	5,34%	5,19%	4,86%	4,54%	5,38%	5,98%	6,14%
Миколаївська	2,17%	2,15%	2,09%	2,04%	2,05%	2,05%	2,07%	2,27%	2,34%	2,39%
Одеська	5,61%	5,74%	6,43%	6,46%	6,51%	6,65%	6,72%	7,19%	7,54%	7,84%
Полтавська	2,62%	2,72%	2,62%	2,58%	2,59%	2,58%	2,53%	2,77%	2,77%	2,77%
Рівненська	1,54%	1,56%	1,64%	1,55%	1,58%	1,54%	1,52%	1,86%	1,93%	1,77%
Сумська	1,51%	1,49%	1,46%	1,39%	1,43%	1,44%	1,39%	1,61%	1,67%	1,68%
Тернопільська	1,26%	1,34%	1,44%	1,38%	1,34%	1,23%	1,18%	1,42%	1,51%	1,45%
Харківська	6,91%	6,83%	6,92%	6,71%	6,56%	6,39%	6,45%	7,29%	7,55%	7,53%
Херсонська	1,87%	1,78%	1,91%	1,87%	1,80%	1,80%	1,83%	2,12%	2,25%	2,26%
Хмельницька	1,89%	2,03%	1,91%	1,89%	1,87%	1,79%	1,76%	2,02%	2,06%	2,07%
Черкаська	1,78%	1,85%	1,92%	2,01%	2,03%	1,95%	1,97%	2,23%	2,27%	2,19%
Чернівецька	1,50%	1,48%	1,56%	1,49%	1,40%	1,25%	1,23%	1,50%	1,57%	1,47%
Чернігівська	1,61%	1,58%	1,61%	1,55%	1,56%	1,55%	1,56%	1,79%	1,82%	1,79%
м. Київ	20,19%	19,36%	18,70%	18,66%	18,86%	18,23%	18,02%	19,40%	20,79%	21,66%
Автономна Республіка Крим	3,61%	3,67%	3,65%	3,75%	3,67%	4,08%	4,14%			
м. Севастополь	1,01%	1,02%	1,06%	1,14%	1,17%	1,30%	1,36%			

Таблиця Б.4

Темпи зміни роздрібного товарообороту за регіонами України, %

Регіон (область)	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Україна									
Вінницька	136,61	87,01	118,13	133,15	113,50	102,49	115,08	116,41	110,66
Волинська	137,40	90,32	117,01	129,83	121,08	111,32	114,18	127,86	103,11
Дніпропетровська	139,92	90,15	119,41	124,27	117,16	105,20	114,25	113,32	109,41
Донецька	139,44	89,58	123,58	127,30	120,14	103,95	70,63	54,68	106,10
Житомирська	130,80	95,37	117,01	135,48	109,96	106,46	118,54	118,42	110,13
Закарпатська	144,64	92,67	119,59	127,38	102,97	103,56	121,03	126,66	109,20
Запорізька	137,14	90,67	124,13	127,80	119,56	104,88	115,48	114,40	114,43
Івано-Франківська	144,24	94,00	111,86	134,16	111,35	104,46	121,11	117,69	110,35
Київська	147,97	101,53	117,25	139,16	127,30	104,90	115,08	126,46	116,77
Кіровоградська	140,02	92,68	119,52	122,55	116,69	103,67	116,98	113,56	116,05
Луганська	148,63	91,47	124,94	128,24	123,92	103,69	50,88	41,53	113,65
Львівська	135,42	101,22	111,71	125,34	108,35	96,92	120,35	126,93	116,99
Миколаївська	137,49	90,75	115,10	129,30	115,94	104,39	111,75	117,42	116,65
Одеська	141,66	104,82	118,06	130,15	118,04	104,95	108,73	119,71	118,55
Полтавська	143,78	90,01	115,81	129,29	115,10	101,79	111,52	113,92	114,21
Рівненська	140,26	98,44	110,94	131,78	112,41	102,70	124,48	118,24	104,58
Сумська	136,68	91,94	111,50	132,72	116,30	100,54	117,72	118,23	114,79
Тернопільська	146,94	100,36	112,56	125,84	105,79	99,76	122,29	121,14	109,49
Харківська	136,87	94,80	113,90	126,13	112,82	104,64	115,06	118,05	113,70
Херсонська	132,05	100,66	114,55	124,37	115,82	105,47	117,85	121,25	114,30
Хмельницька	148,55	88,15	116,48	127,41	111,04	101,56	117,16	116,37	114,58
Черкаська	143,65	97,41	122,76	130,21	111,42	104,66	115,07	116,11	109,91
Чернівецька	136,72	98,06	112,22	121,15	103,92	102,05	124,07	119,16	106,92
Чернігівська	136,33	95,08	113,14	130,13	115,18	104,04	116,86	115,73	112,42
м. Київ	132,84	90,34	117,26	130,38	111,84	102,51	109,53	122,22	118,81
Автономна Республіка Крим	140,96	93,02	120,63	126,46	128,55	105,26			
м. Севастополь	138,58	98,09	125,92	132,06	128,83	108,85			

Додаток В

Таблиця В.1

Динаміка ВВП України та ВВП на душу населення за 2007-2016 рр. (складено автором на основі [70; 200])

Показник	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 ¹ р.	2015 ¹ р.	2016 ¹ р.
<i>Номинальний ВВП</i>										
- у млн.грн	720731	948056	913345	1082569	1316600	1408889	1454931	1566728	1979458	2383182
- абсолютне відхилення у млн.грн*	176578	227325	-34711	169224	234031	92289	46042	111797	412730	403724
- приріст, %*	32,5	31,54	-3,66	18,53	21,62	7,01	3,27	7,68	26,34	20,40
- у % до попереднього року*		131,54	96,34	118,53	121,62	107,01	103,27	107,68	126,34	120,40
<i>ВВП у доларовому еквіваленті</i>										
- у млн. USD	142719	179992	117228	136419	163160	175781	183310	131805	90615	93270
- абсолютне відхилення у млн. USD*	34966	37273	-62765	19192	26740	12622	7529	-51505	-41190	2655
- приріст, %*	32,50	26,12	-34,87	16,37	19,60	7,74	4,28	-28,10	-31,25	2,93
- у % до попереднього року*		126,12	65,13	116,37	119,60	107,74	104,28	71,90	68,75	102,93
<i>Номинальний ВВП на душу населення²</i>										
- у грн	15496,5	20494,9	19832,3	23600,4	28813,9	30912,5	31988,7	35834,0	46210,2	55853,5
- абсолютне відхилення у грн*	3866,2	4998,4	-662,5	3768,1	5213,4	2098,6	1076,2	3845,3	10376,1	9643,3
- приріст, %*	33,20	32,26	-3,23	19,00	22,09	7,28	3,48	12,02	28,96	20,87
- у % до попереднього року*		132,26	96,77	119,00	122,09	107,28	103,48	112,02	128,96	120,87
<i>ВВП душу населення у доларовому еквіваленті²</i>										
- у USD	3068,6	3891,0	2545,5	2974,0	3570,8	3856,8	4030,3	3014,6	2115,4	2185,9
- абсолютне відхилення у USD*	765,6	822,4	-1345,6	428,5	596,8	286,1	173,5	-1015,7	-899,2	70,5
- приріст, %*	33,20	26,80	-34,58	16,83	20,07	8,01	4,50	-25,20	-29,83	3,33
- у % до попереднього року*		126,80	65,42	116,83	120,07	108,01	104,50	74,80	70,17	103,33

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя, за 2014-2015 роки також без частини зони проведення антитерористичної операції.

² Розраховано з урахуванням середньорічної чисельності населення

* - розраховано автором

Додаток Г

Таблиця Г.1

Основні показники платоспроможності населення України за 2007-2016 рр. [70]

Показник	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
<i>Номінальна заробітна плата</i>										
- грн.	1351	1806	1906	2239	2633	3026	3265	3480	4195	5183
- у % до попереднього року*		133,68	105,54	117,47	117,60	114,93	107,90	106,58	120,55	123,6
<i>Індекс реальної заробітної плати</i>	112,5	106,3	90,8	110,2	108,7	114,4	108,2	93,5	79,8	109
<i>Доходи населення</i>										
- у млн. грн	472061,0	623289,0	894286,0	1101175,0	1266753,0	1457864	1548733	1516768	1735858	2002383
- у % до попереднього року*		132,04	143,48	123,13	115,04	115,09	106,23	97,94	114,44	115,35
<i>Витрати та заощадження населення (придбання товарів та послуг)</i>										
- у млн. грн	509533	695618	709025	838213	1030635	1194791	1304031	1316757	1553757	1824849
- у % до попереднього року*		136,52	101,93	118,22	122,96	115,93	109,14	100,98	118,00	117,45
<i>Чисельність наявного населення</i>										
- у тис. осіб	46646,0	46372,7	46143,7	45962,9	45778,5	45633,6	45553,0	45426,2	42929,3	42760,5
- у % до попереднього року*		99,41	99,51	99,61	99,60	99,68	99,82	99,72	94,50	99,61
<i>Чисельність наявного населення міське</i>										
- у тис. осіб	31777,4	31668,8	31587,2	31524,8	31441,6	31380,9	31378,6	31336,6	29673,1	29584,9
- у % до попереднього року*		99,66	99,74	99,80	99,74	99,81	99,99	99,87	94,69	99,70
- частка у загальному обсязі, %	68,12	68,29	68,45	68,59	68,68	68,77	68,88	68,98	69,12	69,19
<i>Чисельність наявного населення сільське</i>										
- у тис. осіб	14868,6	14703,9	14556,5	14438,1	14336,9	14252,7	14174,4	14089,6	13256,2	13175,6
- у % до попереднього року*		98,89	99,00	99,19	99,30	99,41	99,45	99,40	94,08	99,39
- частка у загальному обсязі, %	31,88	31,71	31,55	31,41	31,32	31,23	31,12	31,02	30,88	30,81
<i>Економічно активне населення, у віці 15–70 років</i>										
- у тис. осіб	22245,4	22322,3	22150,3	22051,6	22056,9	22011,5	21980,6	19920,9	18097,9	17955,1
- у % до попереднього року*		100,35	99,23	99,55	100,02	99,79	99,86	90,63	90,85	99,21

Додаток Д

Таблиця Д.1

Методика розрахунку показників оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на основі використання технології зонування

№	Показник	Методика розрахунку
<i>Показники оцінки за вектором прибутковості $F_{EP}(Y_i)$</i>		
1	Приріст чистого прибутку на 1 м ² торговельної площі	$X_1 = \frac{\Delta ЧП}{S}$
2	Індекс товарообороту на 1 м ² торговельної площі	$X_2 = \frac{ТО}{S}$
3	Рентабельність товарообороту	$X_3 = \frac{ЧП}{ТО} \times 100\%$
4	Рентабельність трудових ресурсів	$X_4 = \frac{ЗП}{ТО} \times 100\%$
5	Коефіцієнт автономії	$X_5 = \frac{BK}{K}$
6	Коефіцієнт покриття	$X_6 = \frac{OA}{ПЗ}$
7	Рентабельність витрат на збут	$X_7 = \frac{\Phi OD}{BЗ} \times 100\%$
8	Рентабельність капіталу	$X_8 = \frac{П}{K} \times 100\%$
<i>Показники оцінки за вектором відповідності $F_{EB}(Y_j)$</i>		
9	Індекс співвідношення асортиментних позицій до зміни товарообороту	$X_9 = \frac{T_{АП}}{T_{ТО}}$
10	Коефіцієнт глибини асортименту за ціною (у динаміці)	$K_{ГАЦ} = \frac{АП_{Ц}}{АП}, X_{10} = \frac{K_{ГАЦ}^n}{K_{ГАЦ}^{n-1}}$
11	Коефіцієнт задоволеності споживачів	$X_{11} = \frac{B_{П}}{B_{Н}}$
12	Рівень клієнтоорієнтованості підприємства	$X_{12} = \frac{\sum_{i=1}^m b_i}{k \times r \times 10^*}$
* – коригуючий коефіцієнт		

13	Коефіцієнт повноти наданих послуг	$X_{13} = \frac{N_n}{N_{n-1}}$
<p>де $\Delta ЧП$ – приріст чистого прибутку торговельного підприємства;</p> <p>S – торговельна площа підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>$ТО$ – товарооборот підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>$ЗП$ – витрати на заробітну плату працівників підприємства;</p> <p>$ВК$ – власний капітал підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>K – сукупний капітал підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>$ОА$ – оборотні активи підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>$ПЗ$ – поточні зобов'язання підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>$ФОД$ – фінансовий результат від операційної діяльності підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>$ВЗ$ – витрати на збут підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>Π – прибуток до оподаткування;</p> <p>$T_{АП}$ – темп зміни асортиментних позицій підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>$T_{ТО}$ – темп зміни товарообороту підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>$K_{ГЦ}$ – коефіцієнт глибини асортименту за ціною;</p> <p>$АП_{Ц}$ – кількість асортиментних позицій, які мають широкий діапазон ціни;</p> <p>$АП$ – загальна кількість асортиментних позицій підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>$K_{ГЦ}^n, K_{ГЦ}^{n-1}$ – значення коефіцієнту глибини асортименту за ціною у періодах n та $n-1$ відповідно;</p> <p>$V_{П}$ – кількість позитивних відгуків споживачів підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>$V_{Н}$ – кількість негативних відгуків споживачів підприємства роздрібною торгівлі;</p> <p>b_i – кількість балів за результатами анкетного опитування;</p> <p>k – кількість питань за анкетним опитуванням;</p> <p>r – кількість респондентів, які приймали участь в анкетному опитуванні;</p> <p>m – кількість анкет;</p> <p>N_n, N_{n-1} – кількість нових послуг на підприємстві у періодах n та $n-1$ відповідно.</p>		

Додаток Е

Таблиця Е.1

Аналіз показників варіації суб'єктів підприємницької діяльності вибіркової сукупності

№ з/п	Назва суб'єктів підприємницької діяльності вибіркової сукупності	S	\bar{S}	$S - \bar{S}$	$(S - \bar{S})^2$	$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (S - \bar{S})^2}{n}}$	$V = \frac{\sigma}{\bar{S}}$
1	ТОВ "Фоззі-Фуд"	1310,4	1658,0	-347,6	120793,25		
2	ПАТ "Базис",	1425,0	1658,0	-233,0	54267,21		
3	ТОВ "Еко",	1232,8	1658,0	-425,1	180724,81		
4	Торговельна мережа дискаунтерів "Фора"	1028,0	1658,0	-630,0	396895,26		
5	Торговельна мережа супермаркетів "Таврія В"	1914,5	1658,0	256,5	65802,75		
6	ТОВ «Сучасний модерн»	1887,8	1658,0	229,8	52806,56		
7	ПАТ "Ритейлінгова компанія "Євротек"	1920,0	1658,0	262,0	68668,51		
8	ТОВ "Восторг",	1828,5	1658,0	170,5	29086,20		
9	ПрАТ "Фуршет"	1792,2	1658,0	134,3	18028,16		
10	ПАТ "Торговий дім "ЯРОСЛАВ"	1535,8	1658,0	-122,2	14921,41		
11	ПАТ "Магазин "Киянка"	1585,5	1658,0	-72,5	5249,47		
12	ПрАТ "НОВА ЛІНІЯ"	2435,0	1658,0	777,0	603801,69		
Всього		19895,4				366,41	0,221

де S – розмір торговельної площі суб'єкту (середня торговельна площа одного суб'єкту у межах мережі);

\bar{S} – середнє значення розміру торговельної площі по вибірковій сукупності;

σ – середньоквадратичне відхилення по вибірковій сукупності;

n – кількість підприємств (спостережень) у вибірковій сукупності;

V – коефіцієнт варіації.

Додаток Ж

Таблиця Ж.1

Основні показники ефективності функціонування суб'єктів роздрібної торгівлі вибіркової сукупності

№ під-ва	Чистий прибуток (ЧП), тис.грн			Приріст чистого прибутку, тис.грн		Сумарна торговельна площа, кв м			Товарооборот, тис.грн			Витрати на заробітну плату, тис.грн	
	2014р.*	2015р.*	2016р.*	2015р.*	2016р.*	2014р.*	2015р.*	2016р.*	2014р.*	2015р.*	2016р.*	2015р.*	2016р.*
1	209	-406230	-1405909	-406439	-999679	413550	297600	327600	28264186,8	32890327	42027092,4	666707	1594053
2	348	1201	668	853	-533	9100	10600	11400	183910,8	194392,8	204038,4	13210	15343
3	918	-440640	-338074	-441558	102566	103500	79500	82600	4360413,6	4767171,6	5711800,8	167757	163392
4	31875	-8135	3547,8612	-40010	11682,861	87200	89500	95600	4196085,6	4768176	6150947,04	81513	97815,6
5	23920	26228	38256	2308	12028	129930	137400	145500	1137489,6	1647175,2	1779742,8	24414	25860
6	14011,00	25234,00	42316,00	11223	17082	15100	15101	15102	363810	641727,6	780800,4	339	413,58
7	-10791,00	-78919,00	-106216,0	-68128	-27297	42700	40300	38400	43561,2	40926	6604,8	826	499
8	2900,67	3480,80	4351,00	580,13	870,2004	10971	10971	10971	459103,92	550924,7	688655,88	36558,75	45698,44
9	-11247,00	-139333,00	-57326,28	-128086	82006,718	171000	168400	161300	35941,2	21878,4	27348	1079	1618,5
10	196	261	365	65	104	1535,8	1535,8	1535,8	4671,6	5366,4	6361,2	125	329
11	-6035	-58074	-311661	-52039	-253587	1585,5	1585,5	1585,5	10611,6	32926,8	26268	282	323
12	-107003	25529	231456	132532	205927	36525	36525	36525	1811886	2537757,6	2710549,2	226105	260623

* - на початок року

Таблиця Ж.2

Основні показники ефективності функціонування суб'єктів роздрібної торгівлі вибіркової сукупності

№ під-ва	Власний капітал, тис.грн		Баланс (пасив), тис. грн		Оборотні активи, тис. грн		Разом, поточні зобов'язання, тис.грн		Витрати на збут, тис.грн		Фінансові результати від операційної діяльності, тис.грн	
	2015р.*	2016р.*	2015р.*	2016р.*	2015р.*	2016р.*	2015р.*	2016р.*	2015р.*	2016р.*	2015р.*	2016р.*
1	-800316	-2206225	8470786	10539498	4919921	6702279	6997886	9969631	4224297,0	6183267,0	1160196	380290
2	20199	20655	44746	40538	16537	12875	19447	19883	27085,0	29756,0	4713	3484
3	-127694	-465683	2033389	1966483	1613471	1593913	1720744	1898460	536568,0	594189,0	-245422	-304070
4	-42792	-13324,1	740553	851635,95	396581	475897,2	705594	776153,4	671628,0	866400,1	81986	105761,94
5	849512	887768	1909298	1952614	379892	326555	324409	408252	166117,0	225076,0	180442	208689
6	49002	73318	196606	204673	50553	58912	61604	65505	52991,0	59184,0	48981	68033
7	-118180	-224396	260208	180372	245003	168186	290109	270757	0,0	9257,0	-71484	-98545
8	5915,817	12819,06	91727,28	105486,37	53809,92	64571,90	55328,46	60861,31	84715,4	105894,3	12901,62	16127,025
9	-184752	-193706	79044	90900,6	78256	93907,2	111183	122301,3	0,0	254,0	-130905	-51698,55
10	2127	2492	2972	6322	2550	5922	845	3830	629	586	445	321
11	-107479	-419140	312738	174950	151068	151068	184940	239117	0	0	-122327	96624
12	797805	1029261	2010244	2340769	1123090	1507916	1191414	1311508	540051	686129	283251	108806

* - на початок року

Додаток 3

Результати розрахунку системи показників за векторами прибутковості та відповідності

Таблиця 3.1

Результати розрахунку системи показників за вектором прибутковості

№ підпр-ва	X ₁		X ₂		X ₃		X ₄		X ₅		X ₆		X ₇		X ₈	
	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.
1	-1,37	-3,05	110,52	128,29	-1,24	-3,35	2,03	3,79	-0,09	-0,21	0,70	0,67	27,46	6,15	-4,79	-13,34
2	0,08	-0,05	18,34	17,90	0,62	0,33	6,80	7,52	0,45	0,51	0,85	0,65	17,40	11,71	3,39	1,78
3	-5,55	1,24	59,96	69,15	-9,24	-5,92	3,52	2,86	-0,06	-0,24	0,94	0,84	-45,74	-51,17	-105,83	-16,95
4	-0,45	0,12	53,28	64,34	-0,17	0,06	1,71	1,59	-0,06	-0,02	0,56	0,61	12,21	12,21	0,45	0,51
5	0,02	0,08	11,99	12,23	1,59	2,15	1,48	1,45	0,44	0,45	1,17	0,80	108,62	92,72	1,44	2,17
6	0,74	1,13	42,50	51,70	3,93	5,42	0,05	0,05	0,25	0,36	0,82	0,90	92,43	114,95	15,65	25,21
7	-1,69	-0,71	1,02	0,17	-192,83	-1608,16	2,02	7,56	-0,45	-1,24	0,84	0,62	0,00	-1064,55	-30,32	-58,89
8	0,05	0,08	50,22	62,77	0,63	0,63	6,64	6,64	0,06	0,12	0,97	1,06	15,23	15,23	4,63	5,03
9	-0,76	0,51	0,13	0,17	-636,85	-209,62	4,93	5,92	-2,34	-2,13	0,70	0,77	0,00	-20353,76	-197,53	-76,91
10	0,04	0,07	3,49	4,14	4,86	5,74	2,33	5,17	0,72	0,39	3,02	1,55	70,75	54,78	14,97	5,08
11	-32,82	-159,94	20,77	16,57	-176,37	-1186,47	0,86	1,23	-0,34	-0,34	0,82	0,63	0,00	0,00	-39,11	55,23
12	3,63	5,64	69,48	74,21	1,01	8,54	8,91	9,62	0,40	0,40	0,94	1,15	52,45	15,86	14,09	4,65

Таблиця 3.2

Результати розрахунку системи показників за вектором відповідності

№ підпр-ва	X ₉		X ₁₀		X ₁₁		X ₁₂		X ₁₃	
	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.	2015р.	2016р.
1	0,21	0,20	0,082	0,556	1,02	1,11	0,5	0,5	1,00	1,00
2	1,04	0,76	1,000	1,333	1,02	1,11	0,6	0,63	0,40	0,75
3	1,01	0,81	0,750	1,000	0,91	0,91	0,6	0,63	0,60	0,83
4	1,32	1,32	1,100	1,091	0,91	1,02	0,8	0,8	1,00	1,00
5	0,41	1,11	1,033	1,129	1,02	1,11	0,9	0,92	1,14	1,06
6	1,02	1,48	1,000	1,000	1,02	1,11	0,8	0,8	1,00	1,00
7	0,43	0,93	0,733	0,909	0,83	0,77	0,3	0,3	0,40	0,00
8	1,33	1,91	1,150	1,065	1,02	1,11	0,8	0,72	1,00	1,00
9	1,56	0,78	1,020	1,020	0,91	0,91	0,8	0,8	0,60	1,00
10	0,96	0,97	0,082	0,222	0,83	0,77	0,5	0,5	0,43	0,67
11	0,19	0,88	0,300	0,444	0,77	0,71	0,3	0,2	0,50	0,00
12	1,14	1,71	1,150	1,065	1,02	1,10	0,8	0,72	1,13	1,00

Додаток К

Система показників оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції призми ефективності та аналізу стейкхолдерів

Анкета опитування фахівців щодо аналітичних показників комплексної оцінки ЕПД в роздрібній торгівлі на засадах концепції «призми ефективності» та аналізу стейкхолдерів

Шановний.....! З метою виявлення оптимальних аналітичних показників комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції «призми ефективності» та аналізу стейкхолдерів просимо ознайомитися із системою аналітичних показників, наведених у таблиці, що додається та надати відповіді на поставлені запитання.

Будемо Вам особливо вдячні, якщо Ви внесете свої пропозиції щодо показників оцінки у спеціально відведеній для цього графі.

Дякуємо за співпрацю!

1. Чи відображують показники логічні зв'язки між вимірюванням та управлінням ефективністю?
 - а) так, повністю відображують;
 - б) частково відображують;
 - в) ні, не відображують.
2. Чи забезпечують показники можливість синхронізації оцінки потреб суб'єкта підприємницької діяльності та вимог його стейкхолдерів?
 - а) так, повністю забезпечують;
 - б) частково забезпечують;
 - в) ні, не забезпечують.
3. Яка Ваша думка щодо інформативності показників?
 - а) висока інформативність;
 - б) часткова інформативність;
 - в) низька інформативність.
4. Яка Ваша думка щодо зрозумілості економічного змісту та складності у інтерпретації результатів оцінки?
 - а) зрозуміла, нескладна;
 - б) недостатньо зрозуміла, у деяких випадках складна;
 - в) незрозуміла, складна.
5. Чи відображують показники причинно-наслідкові зв'язки механізму функціонування суб'єкта господарювання у роздрібній торгівлі?
 - а) так, повністю відображують;
 - б) частково відображують;
 - в) ні, не відображують.
6. Наскільки урахована специфіка торговельної галузі?
 - а) повністю урахована;

- б) частково урахована;
 в) ні, не урахована;
7. Чи виконує дана система показників функцію генерування інформації ?
 а) повністю виконує;
 б) частково виконує;
 в) не виконує
8. Чи забезпечує система показників об'єктивність відображення інформації?
 а) так, повністю забезпечує;
 б) частково забезпечує;
 в) не забезпечує
9. Чи достатньо збалансовані показники щодо співвідношення кількісних та якісних критеріїв оцінки?
 а) так, збалансовані;
 б) частково збалансовані;
 в) ні, не збалансовані.
10. Чи забезпечує система показників комплексність оцінки ефективності?
 а) так, повністю забезпечує;
 б) частково забезпечує;
 в) ні, не забезпечує.

Таблиця К.1

Матриця експертних оцінок

Питання	Відповіді експертів														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1
3	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1
4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
7	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
9	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Сума балів	12	11	13	11	11	12	13	11	11	11	11	10	12	12	12
Середній бал	11,53														

Шкала оцінок та інтерпретація результатів експертних оцінок

Кількість балів для оцінки думок експертів	Інтерпретація результатів
	Вибір варіанту відповіді на питання з індексом п.1 (1.1, 2.1, 3.1 та т.д.) – 1 бал; вибір варіанту відповіді на питання з індексом п.2 (1.2, 2.2, 3.2 та т.д.) – 2 бали; вибір варіанту відповіді на питання з індексом п.3 (1.3, 2.3, 3.3 та т.д.) – 3 бали. Максимальна краща експертна оцінка за сумою балів – 10 балів, максимальна гірша – 30 балів
[10–15]	Показники, що входять до системи оцінки, відображують логічні зв'язки між вимірюванням та управлінням ефективності діяльності СПД в роздрібній торгівлі, забезпечують можливість синхронізації оцінки потреб суб'єкта підприємницької діяльності та вимог його стейкхолдерів, інформативні, немає проблем щодо інтерпретації результатів оцінки, відображують причинно-наслідкові зв'язки механізму функціонування суб'єкта господарювання в роздрібній торгівлі, збалансовані, ураховують специфіку торговельної галузі, виконують функцію генерування інформації, забезпечують об'єктивність та комплексність оцінки
[16–21]	Показники, що входять до системи оцінки, у цілому відображують логічні зв'язки між вимірюванням та управлінням ефективності діяльності СПД в роздрібній торгівлі, забезпечують можливість синхронізації оцінки потреб суб'єкта підприємницької діяльності та вимог його стейкхолдерів, але частково потребують заміни на більш інформативні, немає проблем щодо інтерпретації результатів оцінки, відображують причинно-наслідкові зв'язки механізму функціонування суб'єкта господарювання в роздрібній торгівлі, у цілому збалансовані, але потрібно збільшити частку якісних (або кількісних) показників, ураховують специфіку торговельної галузі, виконують функцію генерування інформації, забезпечують об'єктивність та комплексність оцінки
[26-30]	Показники, що входять до системи оцінки, не відображують логічні зв'язки між вимірюванням та управлінням ефективності діяльності СПД в роздрібній торгівлі, не забезпечують можливість синхронізації оцінки потреб суб'єкта підприємницької діяльності та вимог його стейкхолдерів, малоінформативні, є проблеми з інтерпретацією результатів оцінки, не відображують причинно-наслідкові зв'язки механізму функціонування суб'єкта господарювання в роздрібній торгівлі, не збалансовані, практично не враховують специфіку торговельної галузі, не виконують функцію генерування інформації, не забезпечують об'єктивність та комплексність оцінки

Таблиця К.2

Алгоритм розрахунку показників оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції призми ефективності та аналізу стейкхолдерів

Рівень, напрямок	Показник	Алгоритм розрахунку	Елементи формули	Джерело літератури
1	2	3	4	5
Стейкхолдер – Інвестори				
Стратегії				
внесок стейкхолдера	Модифікований показник рівня рентабельності власного капіталу	$R_k = R_p \times (1 - P_n) + (R_p - R_v) \times L \times (1 - P_n)$	R_p – рівень економічної рентабельності досліджуваного СПД; P_n – ставка податку на прибуток; R_v – рівень ставки кредиту за залучені ресурси; L – фінансовий леверидж	237, с. 42
	Надійність інвестора (ліквідність банку-інвестора)	$L_t = z_t - \sum_{t=1}^n (S_{KP}^i + S_{OP}^i) \times g_i(t) + \sum_{t=1}^n \dots$	z_t – залишок коштів на коррахунку банку у момент часу t ; S_{KP}^i – допустимий обсяг кредитування; S_{OP}^i – відрахування до резервного фонду; r_{kp}^i – ставка за кредитуванням кожного позичальника	237, с. 102-110
задоволеність вимог стейкхолдера	Індекс чистого прибутку	$I_{рчп} = ЧП_n / ЧП_{n-1}$	$ЧП_n$ – чистий прибуток звітного періоду; $ЧП_{n-1}$ – чистий прибуток попереднього періоду	82; 84; 85; 177
	Надійність позичальника (інтегральний показник)	$N_p = a_1K_1 + a_2K_2 + a_3K_3 + a_4K_4 + a_5K_5 + a_nK_n - a_0$	$K_1, K_2 \dots K_n$ – фінансові коефіцієнти з даних фінансової звітності кредитора; $a_1, a_2 \dots a_n$ – параметри, з урахуванням вагомості та порядності фінансових коефіцієнтів (актуалізуються НБУ); a_0 – вільний член дискримінантної моделі, значення якого щорічно актуалізуються НБУ	39; 40; 85; 101
Процеси				
внесок стейкхолдера	Економічна додана вартість	$EVA = IK \times (P_k - CBK)$	IK – інвестований капітал; P_k – рентабельність капіталу; CBK – середньозважена вартість капіталу	81; 83; 84; 88; 98; 120
	Середньозважена вартість фінансового кредиту	$ВФК = \sum_{i=1}^n C_i \times Y_i$	C_i – вартість окремого елемента позикового капіталу, %; Y_i – питома вага окремого елемента позикового капіталу, %.	237, с. 154

Продовж. табл. К.2

1	2	3	4	5
задоволеність вимог стейкхолдера	Довгострокова кредитоспроможність	$K_{спд} = \sum_{s=1}^3 \sum_{j=1}^m K_i \times P_j$	K_i - напрям оцінки фінансового стану; i - номер рівня оцінки ($i = 1 \dots, n$); P_j - відносна значущість кожного рівня оцінки; j - номер напрямку оцінки	237, с. 93-100
	Фінансова результативність	$EBITDA = БП + СВ + АВ$	БП - балансовий прибуток; СВ - сплачені відсотки; АВ - амортизаційні відрахування	98; 100; 117
Можливості	Індекс рентабельності товарообігу	$І_{рто} = ЧП / ТО$	ЧП - чистий прибуток; ТО - товарообіг, тис. грн.	39; 40; 46
внесок стейкхолдера	Сукупний ефект операційно-фінансового левериджу	$СЕОФЛ = \frac{\Delta НРЕІ\%}{\Delta ОР\%} \times \frac{\Delta ЧП\%}{\Delta НРЕІ\%} = \frac{\Delta ЧП\%}{\Delta ОР\%}$	$\Delta НРЕІ$ % - темп зміни нетто - результату експлуатації інвестицій, %; $\Delta ОР$ % - темп зміни обсягу товарообороту, %; $\Delta ЧП$ % - темп зміни чистого прибутку, %.	85; 157; 241
задоволеність вимог стейкхолдера	Короткострокова кредитоспроможність	$K_{спк_{i+1}} = C_{нi} / П_{i+1}$	$C_{нi}$ - надходження на поточний рахунок в i -му місяці; $П_{i+1}$ - щомісячний платіж за кредитом на початок ($i+1$) - го м-ця	177
	Індекс фінансової стійкості	$І_{фс} = (ВК_n \times K_{n-1}) / (K_n \times ВК_{n-1})$	$ВК_n, K_n$ - власний капітал та валюта балансу звітного періоду; $ВК_{n-1}, K_{n-1}$ - попереднього періоду	177
Стейкхолдер – Постачальники				
Стратегії	Тривалість операційного циклу	$Т_{оц} = Об_{тз} + Об_{дз}$	$Об_{тз}$ - оборотність товарних запасів, дні; $Об_{дз}$ - оборотність дебіторської заборгованості, дні	120; 140; 212; 227; 242
внесок стейкхолдера	Індекс оптового товарообороту	$І_{то.опт} = Т_{оопт_n} / Т_{оопт_{n-1}}$	$Т_{оопт_n}$ - оптовий товарооборот звітного періоду; $Т_{оопт_{n-1}}$ - оптовий товарооборот попереднього періоду	217
задоволеність вимог стейкхолдера	Коефіцієнт платоспроможності	$К_{пл} = (ПА - Вмп) / ПЗ$	ПА - сума поточних активів; Вмп - сума витрат майбутніх періодів; сума поточних зобов'язань	177; 191
	Індекс роздрібного товарообігу	$І_{то.розд.} = Т_{орозд.н} / Т_{орозд.н-1}$	$Т_{орозд.н}$ - роздрібний товарооборот звітного періоду; $Т_{орозд.н-1}$ - роздрібний товарооборот попереднього періоду	39; 40; 46; 94

Продовж. табл. К.2

1	2	3	4	5
Процеси	Коефіцієнт ритмічності поставок	$K_p = \sum \left 1 - \frac{P_{\phi}^i}{P_{\gamma}^i} \right $	P_{ϕ}^i – фактичні поставки товару за і-й період часу; P_{γ}^i – поставки товару за угодою за і-й період часу	39; 40; 46; 85; 94
внесок стейкхолдера	Рівень логістичних витрат	$P_{\text{вл}} = (V_{\text{пл}} + V_{\text{ад}} + V_{\text{зап}} + V_{\text{те}} + V_{\text{зам}} + V_{\text{зак}}) / V_{\text{заг}}$	Витрати на: $V_{\text{пл}}$ – планування (попиту та поставок); $V_{\text{ад}}$ – логістичне адміністрування; $V_{\text{зап}}$ – утримання запасів; $V_{\text{те}}$ – транспортно-експедиційні; $V_{\text{зам}}$ – по введенню та обробці замовлень; $V_{\text{зак}}$ – на закупівлю товарів; $V_{\text{заг}}$ – загальні витрати обігу	39; 40; 46; 85; 94
задоволеність вимог стейкхолдера	Коефіцієнт простроченої кредиторської заборгованості	$K_{\text{кзпр}} = K_{\text{зпр}} / K_{\text{з}}$	$K_{\text{з}}$ – сума кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги; $K_{\text{зпр}}$ – сума простроченої кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги	40; 177
	Кореляція оборотності та рентабельності товарних запасів	$R_{O_{\text{тз}}, P_{\text{тз}}} = \frac{\text{cov}(O_{\text{тз}}, P_{\text{тз}})}{\sqrt{\text{var}(O_{\text{тз}}) \text{var}(P_{\text{тз}})}}$	$O_{\text{тз}}$ – оборотність товарних запасів за період; $P_{\text{тз}}$ – рентабельність товарних запасів за період	85
Можливості	Інтегральний індекс задоволеності торговельного підприємства постачальниками	$I_{\text{зтп}} = \sum_{i=1}^4 \text{ЗТП}_i \times B_i$	Бальні оцінки підприємства: ЗТП_1 – якість пропонуваного товарів; ЗТП_2 – цінова політика постачальника; ЗТП_3 – умови комерційних угод; ЗТП_4 – надійність постачальника; B_i – вага і-го параметра оцінки	120, с. 102
внесок стейкхолдера	Кореляція дебіторської та кредиторської заборгованості	$R_{\text{дз}, \text{крз}} = \frac{\text{cov}(\text{ДЗ}, \text{КрЗ})}{\sqrt{\text{var}(\text{ДЗ}) \text{var}(\text{КрЗ})}}$	ДЗ – сума дебіторської заборгованості за період; КрЗ – сума кредиторської заборгованості за період	85
	Коефіцієнт обсягу поставок	$K_{\text{оп}} = N_{\text{пл}} / N_{\text{ф}}$	$N_{\text{ф}}$ – фактичний обсяг надходження товарів; $N_{\text{пл}}$ – плановий обсяг надходження товарів	39; 40; 46
задоволеність вимог стейкхолдера	Інтегральний індекс задоволеності постачальників співпрацею з підприємством	$I_{\text{зп}} = \sum_{i=1}^6 \text{ЗП}_i \times B_i$	Бальні оцінки задоволеності постачальників: ЗП_1 – повнота оплати поставок; ЗП_2 – своєчасність оплати поставок; ЗП_3 – обсяг закупок товарів; ЗП_4 – частота закупок товарів; ЗП_5 – стабільність замовлень; ЗП_6 – вигідність та тривалість співробітництва; B_i – вага і-го параметра оцінки	120, с.104

Продовж. табл. К.2

1	2	3	4	5
Стейкхолдер – Держава				
Стратегії				
внесок стейкхолдера	Індекс інфляції	$I_i = \sum Q_o \times P_t / \sum Q_o \times P_o$	$Q_o \times P_t$ – витрати на придбання набору споживчих благ за поточними цінами; $Q_o \times P_o$ – витрати на придбання набору споживчих благ за цінами базисного періоду	183
	Індекс інвестицій у реальний сектор економіки	$I_{рс} = I_{рс_n} / I_{рс_{n-1}}$	$I_{рс_n}$ – обсяг інвестицій у реальний сектор економіки поточного періоду; $I_{рс_{n-1}}$ – обсяг інвестицій у реальний сектор економіки попереднього періоду	79; 177
	Коефіцієнт фінансової стійкості	$КФС = ВК / ЗК$	ВК – обсяг власного капіталу; ЗК – обсяг залученого капіталу	79; 177
	Коефіцієнт зайнятих у торговельному підприємстві	$К_{зтп} = Ч_{тп} / Ч_{зн}$	$Ч_{тп}$ – чисельність працівників сфери торгівлі та послуг; $Ч_{зн}$ – чисельність зайнятого населення за період;	177
Процеси	Індекс реальних доходів населення	$I_{рдн} = D_n / I_{ц}$	D_n – доходи номінальні; $I_{ц}$ – індекс споживчих цін	177
внесок стейкхолдера	Індекс росту населення	$I_{рн} = Ч_{н_n} / Ч_{н_{n-1}}$	$Ч_{н_n}$ – обсяг інвестицій у реальний сектор економіки поточного періоду; $Ч_{н_{n-1}}$ – обсяг інвестицій у реальний сектор економіки попереднього періоду	177
задоволеність вимог стейкхолдера	Індекс податкової віддачі	$I_{пв} = (СП / ДВ + СП_{пр} / П + СП_{непр} / ВД + СП_{фоп} / С) / 100 / 4$	СП – сума податків, сплачених підприємством відповідно до чинного законодавства; ДВ – додана вартість (валовий дохід за мінусом амортизації та матеріальних витрат на виробництво і реалізацію продукції); $СП_{пр}$ – сума податкових платежів по прямим податкам на дохід; П – прибуток підприємства; $СП_{непр}$ – сума податкових платежів по непрямим податкам; ВД – валовий дохід; $СП_{фоп}$ – сума податкових платежів на фонд оплати праці; С – собівартість виготовленої продукції або виконаних послуг	39; 40; 94

Продовж. табл. К.2

1	2	3	4	5
	Кореляція прийнятих та звільнених працівників – $R_{Ппр;Зпр}$	$R_{Ппр, Зпр} = \frac{cov(Ппр, Зпр)}{\sqrt{(var(Ппр)var(Зпр))}}$	Ппр – кількість прийнятих працівників за період; Зпр – кількість звільнених працівників за період	85; 183
Можливості	Індекс купівельної спроможності населення	$I_{куп.спр.} = РПП / ЧД$	РПП – обсяг роздрібного товарообігу та платних послуг за період; ЧД – номінальні доходи населення за період, скориговані на індекс цін з відрахуванням податків, з урахуванням неплатежів і заощаджень	177
внесок стейкхолдера				
задоволеність вимог стейкхолдера	Індекс плинності персоналу	$I_{пл.п} = \frac{(Ч_{виб_{нпн}} \times Ч_{сп_{n-1}})}{(Ч_{сп_n} \times Ч_{виб_{нпн\ n-1}})}$	Ч _{виб_{нпн}} , Ч _{сп_n} – чисельність вибулих з підприємства працівників з неповажних причин та середньоспискова чисельність звітного періоду; ВК _{n-1} , К _{n-1} – чисельність вибулих з підприємства працівників з неповажних причин та середньоспискова чисельність попереднього періоду	177
Стейкхолдер – Персонал				
Стратегії	Продуктивність праці	$Пп = ТО / Чс$	ТО – товарооборот; Чс – середньооблікова чисельність працівників	39; 40
внесок стейкхолдера	Коефіцієнт стабільності персоналу	$К_{т.к.} = Ч_{ст.} / Чс$	Ч _{ст.} – число осіб, що працюють тривалий час (3-5 років); Чс – середньооблікова чисельність працівників	39; 94
задоволеність вимог стейкхолдера	Індекс середньомісячної заробітної плати	$I_{зп} = I^{нзп}_{t/0} / I^{ц}_{t/0}$	$I^{нзп}_{t/0}$ – індекс нарахованої номінальної заробітної плати поточного періоду (t) порівняно з базисним (0); $I^{ц}_{t/0}$ – індекс споживчих цін поточного періоду (t) порівняно з базисним (0)	183
	Індекс задоволеності умовами праці	$I_{зупр} = (a - c) / N$	a – число працівників, які позитивно оцінюють той чи інший елемент умов праці; c – число працівників, які негативно оцінюють елемент умов праці; N – загальне число респондентів; +1 – позитивна оцінка; 1 – негативна оцінка	183

Закінч. табл. К.2

1	2	3	4	5
Процеси	Коефіцієнт інтенсивності праці	$K_{\text{Інт}} = K_{\text{Т}} \times K_{\text{З}}$	$K_{\text{Т}}$ – коефіцієнт темпу, частки одиниці; $K_{\text{З}}$ – коеф-т зайнятості активною роботою, част.од.	183
внесок стейкхолдера	Індекс рентабельності персоналу	$IP_{\text{перс.}} = (\text{ЧП}_n \times \text{Чс}_{n-1}) / (\text{Чс}_n \times \text{ЧП}_{n-1})$	$\text{Чс}_n, \text{ЧП}_n$ – середньоспискова чисельність працівників та чистий прибуток звітного періоду; $\text{Чс}_{n-1}, \text{ЧП}_{n-1}$ – середньоспискова чисельність та чистий прибуток попереднього періоду	39; 40; 46
задоволеність вимог стейкхолдера	Фондоозброєність	$\text{ФО} = \text{ОФ} / \text{Чс}$	ОФ – вартість основних фондів за період; Чс – середньоспискова чисельність працівників	39; 40; 46
	Індекс професійного зростання	$I_{\text{підв.квал.}} = N_{\text{п.кв.н}} / N_{\text{п.кв.н-1}}$	$N_{\text{п.кв.н}}$ – кількість працівників, що підвищили свою кваліфікацію за поточний період; $N_{\text{п.кв.н-1}}$ – кількість працівників, що підвищили свою кваліфікацію за попередній період	39; 40; 46
Можливості	Кореляція між темпами зміни заробітної плати та рентабельністю персоналу	$R_{\text{зп.рп}} = (\text{cov}(I_{\text{ЗП}}, IP_{\text{п}})) / \sqrt{(\text{var}(I_{\text{ЗП}})\text{var}(IP_{\text{п}}))}$	$I_{\text{ЗП}}$ – індекс фонду оплати праці за період; $IP_{\text{п}}$ – індекс рентабельності персоналу за період	85; 183
внесок стейкхолдера	Кореляція між темпами зміни заробітної плати та продуктивністю праці	$R_{\text{зп.пп}} = ((\text{cov}(I_{\text{ЗП}}, IP_{\text{п}}))) / \sqrt{((\text{var}(I_{\text{ЗП}})\text{var})(IP_{\text{п}}))}$	$IP_{\text{п}}$ – індекс продуктивності праці персоналу	85; 183
задоволеність вимог стейкхолдера	Коефіцієнт оновлення основних фондів	$\text{Кон.оф} = \text{Фа.н} / \text{Фа.к} \times 100$	Фа.н – вартість нових основних фондів (активна частина) за первісною вартістю, що введені в експлуатацію у звітному періоді; Фа.к – сума основних фондів (активна частина) за первісною вартістю на кінець звітного періоду	85; 183
	Інтегральний індекс задоволеності робітників	$I_{\text{Зперс.}} = \sum_{i=1}^5 \text{ЗПерс}_i \times B_i$	Бальні оцінки щодо задоволеності робітників: $I_{\text{зоп}}$ – оплатою праці; $I_{\text{зр}}$ – роботою на СПД; $I_{\text{зкр}}$ – можливостями кар'єрного росту; $I_{\text{зу}}$ – умовами праці; $I_{\text{зкл}}$ – моральним кліматом	120, с.119

Додаток Л

Комплексна оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах концепції призми ефективності та аналізу стейкхолдерів

Таблиця Л.1

Індекси економічних та споживчих очікувань в Україні 2015 – 2017 р.р.

Місяць, рік	Індекс споживчих настроїв (ІСН)	Індекс поточного становища (ІПС)	Індекс економічних очікувань (ІЕО)	Відхилення +; – до попереднього періоду	Індекс очікувань щодо динаміки безробіття (ІОДБ)	Індекс інфляційних очікувань (ІНО)	Відхилення +; – до попереднього періоду	Індекс девальваційних очікувань (ІДО)	Приведення ІНО до кол. порівняного вигляду (200 – кол.7)	Інтегральний індекс економічних та інфляційних очікувань ІЕІО ((кол. 4 + кол. 10 / 2))	Відхилення +; – до попереднього періоду
05.2017	58,0	51,2	62,6	+10,4	135,7	181,1	-1,1	142,7	18,9	40,8	+5,6
05.2016	50,3	47,0	52,5	+ 0,5	150,3	182,2	+0,2	139,2	17,8	35,2	+0,3
05.2015	45,6	36,4	51,7	-	157,1	182,0	-	132,6	18,0	34,9	-

Таблиця Л.2

Комплексна оцінка стейкхолдера «Споживачі» ТОВ «Восторг» 2015-2016 р.р.

Підприємство	Частка ринку у конкурентній групі $E_{sc_{m2}}$				Коефіцієнт конкурентних переваг за якістю торговельних послуг $E_{sc_{nc1}}$				Коефіцієнт конкурентних переваг за ціною товару $E_{sc_{nc2}}$			
	2015 р.	2016 р.	Нормовані значення		2015 р.	2016 р.	Нормовані значення		2015 р.	2016 р.	Нормовані значення	
			2015 р.	2016 р.			2015 р.	2016 р.			2015 р.	2016 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	12,8	11,5	61,8	45,1	0,57	0,69	57,0	69,0	0,75	0,67	75,0	67,0
2	8,3	5,6	40,1	22,0	0,64	1,00	64,0	1,0	0,63	0,67	63,0	67,0
3	7,9	6,9	38,2	27,1	0,79	0,77	79,0	77,0	0,63	0,78	63,0	78,0
4	6,7	5,4	32,4	21,2	0,43	0,54	43,0	54,0	0,75	0,67	75,0	67,0
5	14,5	13,2	70,0	51,8	0,79	0,92	79,0	92,0	0,63	0,44	63,0	44,0
6	20,7	25,5	100,0	100,0	0,93	1,00	93,0	1,0	0,88	1,00	88,0	1,0
7	11,4	18,2	54,9	72,2	0,86	1,00	86,0	1,0	0,75	0,56	75,0	56,0
8	17,8	13,7	86,0	53,7	0,71	0,62	62,0	62,0	0,75	0,78	75,0	78,0

Продовж. табл. Л.2

Коефіцієнт співвідношення динаміки товарообороту та індексу інфляції $E_{пс_{тп2}}$				Індекс задоволеності споживачів $E_{пс_{пс1}}$				Індекс співвідношення асортиментних позицій до зміни товарообороту $E_{мс_{пс1}}$			
2015 р.	2016 р.	Нормовані значення		2015 р.	2016 р.	Нормовані значення		2015 р.	2016 р.	Нормовані значення	
		2015 р.	2016 р.			2015 р.	2016 р.			2015 р.	2016 р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
0,93	0,89	37,50	89,00	0,89	0,75	89,0	75,0	0,21	0,20	13,46	10,47
0,49	0,11	19,76	11,00	0,89	0,75	89,0	75,0	1,04	0,76	66,67	39,79
0,88	0,84	35,48	84,00	0,80	0,61	80,0	61,0	1,01	0,81	64,74	42,41
0,91	0,90	36,69	90,00	0,80	0,69	80,0	69,0	1,56	1,32	100,00	69,11
1,16	0,75	46,77	75,00	0,89	0,75	89,0	75,0	0,19	1,11	12,18	58,12
1,41	0,85	56,85	85,00	0,89	0,75	89,0	75,0	1,02	1,48	65,38	77,49
0,96	0,87	38,71	87,00	0,89	0,75	89,0	75,0	1,33	1,91	85,26	100,00
2,48	0,75	100,00	75,00	0,89	0,74	89,0	74,0	1,14	1,71	73,08	89,53

Закінч. табл. Л.2

Індекс глибини асортименту за ціною $E_{мс_{пс2}}$				Рівень клієнтоорієнтованості $E_{мс_{пс1}}$			
2015 р.	2016 р.	Нормовані значення		2015 р.	2016 р.	Нормовані значення	
		2015 р.	2016 р.			2015 р.	2016 р.
0,08	0,22	6,96	16,54	0,50	0,50	50,0	50,0
1,00	1,33	86,96	100,00	0,60	0,63	60,0	63,0
0,75	1,00	65,22	75,19	0,60	0,63	60,0	63,0
1,10	1,09	95,65	81,95	0,80	0,80	80,0	80,0
1,03	1,13	89,57	84,96	0,90	0,92	90,0	92,0
1,00	1,00	86,96	75,19	0,80	0,80	80,0	80,0
1,15	1,06	100,00	79,60	0,80	0,72	80,0	72,0
1,15	0,85	100,00	63,91	0,50	0,50	50,0	50,0

Додаток М

Список публікацій здобувача

Розділи в колективних монографіях:

1. Чорна М. В., Дядін А. С. Ефективність підприємницької діяльності суб'єктів господарювання в роздрібній торгівлі в умовах конкуренції. *Актуальні проблеми та напрями розвитку потенціалу соціально-економічних систем в умовах конкуренції* : колективна монографія. Х. 2017. С. 154–159. (Особистий внесок – досліджено ефективність підприємницької діяльності суб'єктів господарювання в роздрібній торгівлі в умовах конкуренції як системи з позиції досягнення цілей основних стейкхолдерів, визначено склад основних стейкхолдерів) (заг. обсяг 0,42 друк. арк., особисто автору належить 0,25 друк. арк.).

Статті в наукових фахових виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз:

2. Ткаченко С. О., Дядін А. С. Вдосконалення системи диверсифікації торгівлі. *Бізнес-Інформ*. 2011. № 9. С. 94–96. (Особистий внесок – визначено напрями диверсифікації діяльності суб'єктів торгівлі) (включено до Ulrichsweb Global Serials Directory (США), Research Papers in Economics (США), Index Copernicus (Польща), Directory of Open Access Journals, CiteFactor (США), Academic Journals Database (Швейцарія), Scientific Indexing Services) (заг. обсяг 0,31 друк. арк., особисто автору належить 0,21 друк. арк.).

3. Дядін А. С. Інноваційний розвиток роздрібної торговельної мережі та шляхи покращення обслуговування споживачів. *Бізнес-Інформ*. 2014. № 12. С. 319–323. (включено до Ulrichsweb Global Serials Directory (США), Research Papers in Economics (США), Index Copernicus (Польща), Directory of Open Access Journals, CiteFactor (США), Academic Journals Database (Швейцарія), Scientific Indexing Services) (заг. обсяг 0,60 друк. арк.).

4. Ткаченко С. О., Дядін А. С. Електронна торгівля: шляхи підвищення культури обслуговування споживачів. *Бізнес-Інформ*. 2015. № 11. С. 200–204. (Особистий внесок – систематизовано класифікацію форм електронної торгівлі, досліджено зміст поняття якості торговельного обслуговування) (включено до Ulrichsweb Global Serials Directory (США), Research Papers in Economics (США), Index Copernicus (Польща), Directory of Open Access Journals, CiteFactor (США), Academic Journals Database (Швейцарія), Scientific Indexing Services) (заг. обсяг 0,64 друк. арк., особисто автору належить 0,35 друк. арк.).

5. Шталь Т. В., Дядін А. С. Вдосконалення розвитку конкурентоспроможності економіки на інноваційно-інвестиційній основі.

Технологічний аудит та резерви виробництва. 2015. № 1/5 (21). С. 85–89. (Серія «Економіка и управление предприятием»). (Особистий внесок – досліджено стан інвестиційної діяльності в Україні) (включено до Index Copernicus, РИНЦ, Ulrich's Periodicals Directory, Bielefeld Academic Search Engine (BASE), Directory of Open Access Journals (DOAJ), WorldCat) (заг. обсяг 0,62 друк. арк., особисто автору належить 0,41 друк. арк.).

6. Чорна М. В., Дядін А. С. Графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. Т. 1. Вип. 3. С. 232–239. (Особистий внесок – обґрунтовано графоаналітичний метод оцінки інтенсивності впливу зовнішніх чинників на підприємницьку діяльність в роздрібній торгівлі) (включено до Index Copernicus, РИНЦ, Google Scholar) (заг. обсяг 0,65 друк. арк., особисто автору належить 0,45 друк. арк.).

7. Чорна М. В., Дядін А. С. Методичний підхід до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі. *Вісник Одеського національного університету*. 2017. Т. 22. Вип. 3 (56). С. 112–118. (Особистий внесок – обґрунтовано методичний підхід до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, що передбачає проведення процедури зонування на основі матриці) (включено до Index Copernicus, Google Scholar) (заг. обсяг 0,82 друк. арк., особисто автору належить 0,51 друк. арк.).

8. Чорна М. В., Дядін А. С. Вдосконалення системи оцінки ефективності підприємницької діяльності в ритейлі на засадах реалізації інтересів стейкхолдерів в умовах невизначеності та ризику. *Управління розвитком*. 2017. № 1–2 (187–188). С. 43–51. (Особистий внесок – запропоновано концептуальну модель оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі на засадах реалізації інтересів стейкхолдерів) (включено до Index Copernicus, Google Scholar) (заг. обсяг 0,91 друк. арк., особисто автору належить 0,61 друк. арк.).

Статті в наукових фахових виданнях України:

9. Ткаченко С. О., Дядін А. С. Підвищення конкурентоспроможності підприємств сфери обігу. [Електронний ресурс] / *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України : електронне наукове видання*. 2011. № 1. С. 577–582. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnudps_2011_1_56. (Особистий внесок – досліджено стан ефективності підприємств сфери обігу в Україні, обґрунтовано зв'язок конкурентоспроможності й ефективності діяльності) (заг. обсяг 0,40 друк. арк., особисто автору належить 0,25 друк. арк.).

10. Дядін А. С. Багатоаспектність підприємництва в економічній системі.

Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Економічні науки. 2013. № 1 (64). С. 54–58. (заг. обсяг 0,39 друк. арк.).

11. Дядін А. С. Дефініція категорії «підприємницька діяльність». *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг.* 2017. Вип. 1 (25). С. 62–72. (заг. обсяг 0,58 друк. арк.).

Праці апробаційного характеру:

12. Дядін А. С. Привабливість і стимулювання надходження інвестицій в економіку України. *Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* : тези Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 75-річчю з дня народження ректора університету (1988–1991 рр.), доктора технічних наук, професора, члена-кореспондента ВАСГНІЛ Беляєва Михайла Івановича : у 2 ч., м. Харків, 19 листопада 2013 р. Х. : ХДУХТ, 2013. Ч. 2. С. 163–164. (заг. обсяг 0,1 друк. арк.)

13. Дядін А. С. Підвищення рівня конкурентоспроможності економіки країни за рахунок іноземних інвестицій. *Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність* : тези Міжнар. наук.-практ. конф. : у 2-х ч., м. Харків, 14 травня 2015 р. Х : ХДУХТ, 2015. Ч. 2. С. 131–132. (заг. обсяг 0,11 друк. арк.)

14. Дядін А. С. Цінове стимулювання продажів на підприємствах торгівлі. *Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Суми, 21-22 травня 2016 р. Суми: Сумська філія Харківського національного університету внутрішніх справ, 2016. С. 266–268. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

15. Дядін А. С. Ефективність підприємництва в діяльності торгівельних організацій. *Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави*: тези доповідей V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 18 листопада 2016 р. Х. : ХНУВС, 2016. С. 441–443. (заг. обсяг 0,12 друк. арк.).

16. Дядін А. С. Основні принципи оцінки ефективності підприємницької діяльності у сфері роздрібної торгівлі. *Сучасні тенденції та перспективи розвитку системи управління в Україні та світі*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 16-17 березня 2017 р. Київ : Державний університет телекомунікацій, Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва, 2017. С. 202–203. (заг. обсяг 0,13 друк. арк.).

АКТИ ВПРОВАДЖЕННЯ

Акт № 30
від 3 липня 2017 року
про впровадження основних результатів кандидатської дисертації
Дядіна Андрія Сергійовича на тему
«Оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі»

Акт виданий Дядіну А.С. в тому, що дослідження за темою дисертаційної роботи «Оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі» були практично застосовані в ТОВ «Восторг» (код ЄДРПОУ 32437180).

Практичне застосування на підприємстві запропонованого дисертантом методичного інструментарію оцінки ефективності підприємницької діяльності, який містить сукупність обґрунтованих принципів, критеріїв, показників, методів нормування та оцінки, дозволив в оперативному режимі визначити позицію рівня ефективності підприємницької діяльності в межах окремих зон матриці зонування та встановити можливу траєкторію його зміни. За результатами оцінки протягом досліджуваного періоду виявлено незначне зниження рівня ефективності підприємницької діяльності підприємства, однак значення за вектором відповідності залишаються на високому рівні, що дозволило сформулювати основні заходи щодо зміцнення конкурентних позицій на ринку.

Використання методичного підходу до системної комплексної оцінки ефективності підприємницької діяльності, що поєднує коефіцієнтні (ціледосяжність, ресурсоощадливість, результативність) та індексні показники, дозволило провести системну урівноважену оцінку ефективності підприємницької діяльності торговельного підприємства та надати їй (ефективності) об'єктивну характеристику.

Акт виданий Дядіну А.С. для представлення у спеціалізовану вчену раду Харківського державного університету харчування та торгівлі як підтвердження використання одержаних у дисертаційній роботі результатів на практиці.

Директор ТОВ «Восторг»



Диулина С.П.

Акт № 11
від 10 липня 2017 року
про впровадження основних результатів дисертаційної роботи
Дядіна Андрія Сергійовича на тему
«Оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі»

Дійсним актом керівництво ТОВ «ДІВІЯ ТРЕЙД» (код ЄДРПОУ 39471940) підтверджує, що результати дисертаційної роботи Дядіна А.С. за темою «Оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі» пройшли апробацію та прийняті до впровадження в практичну діяльність. Згідно запропонованим методикам на підприємстві було встановлене наступне.

1. Розроблений графоаналітичний метод оцінки сприятливості зовнішнього середовища розвитку підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі надає можливість господарюючим суб'єктам використовувати інформацію про сприятливість / несприятливість / часткову сприятливість наявних економічних умов за обґрунтованими на основі кореляційного аналізу чинниками, виявляти тим самим інтенсивність їхнього впливу, що створює основу для прийняття адекватних управлінських рішень з питань ефективності підприємницької діяльності.

2. Застосовано систему оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, яка містить сукупність визначених галузевих показників ефективності у відповідності до обраних критеріїв (ціледосяжності, результативності, ресурсоощадливості), що на основі розрахунку індексних показників за кожним критерієм дозволило провести узагальнюючу оцінку ефективності підприємницької діяльності та виявити резерви до її підвищення.

Позитивні результати апробації запропонованих автором методичних рекомендацій щодо оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі підтвердили практичну цінність та значимість проведених науково-методичних розробок і обґрунтувань.

Акт виданий Дядіну А.С. для надання спеціалізованій вченій раді ХДУХТ Д 64.008.02 за місцем захисту дисертації як підтвердження одержаних у дисертаційній роботі результатів на практиці.

Керівник групи ТОВ «ДІВІЯ ТРЕЙД»



Старовойтова В.С.



У К Р А І Н А
ХАРКІВСЬКА МІСЬКА РАДА
ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ

ДЕПАРТАМЕНТ
АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ ТА
СПОЖИВЧОГО РИНКУ

вул. Чернишевська, 26, м. Харків, 61002
тел.(057)706-34-49, факс(057)706-34-70

У К Р А І Н А

ХАРЬКОВСКИЙ ГОРОДСКОЙ СОВЕТ
ХАРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ КОМИТЕТ



ДЕПАРТАМЕНТ
АДМИНИСТРАТИВНЫХ УСЛУГ И
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

ул. Чернышевская, 26, г. Харьков, 61002
тел.(057)706-34-49, факс(057)706-34-70

04.07.2017 № 03-10-663

ДОВІДКА

про впровадження основних результатів дисертаційної роботи
Дядіна Андрія Сергійовича на тему
«Оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі»

Довідка видана Дядіну А.С. на підтвердження того, що дослідження за темою дисертаційної роботи «Оцінка ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі» відповідають потребам і вимогам суб'єктів підприємницької діяльності в роздрібно торгівлі в сучасних умовах економічного розвитку України.

Надані в роботі пропозиції щодо оцінювання ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі ґрунтуються на дослідженні сучасного становища розвитку підприємницької діяльності в Україні з урахуванням їх особливостей, що надає можливість для практичного застосування розробок.

Розроблений універсальний методичний підхід до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі дозволяє підприємствам здійснювати процедуру зонування на основі векторної матриці, кожен сегмент якої характеризує рівень ефективності за двома основними векторами – прибутковості і відповідності, на основі чого відбувається пошук напрямів та можливостей підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Запропонована у дисертаційній роботі система оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі відповідає сучасним потребам суб'єктів цієї діяльності, враховує їх галузеву специфіку, ґрунтується на основних засадах цільового, результативного, ресурсного і динамічного підходів та являє собою сукупність підсистем визначених галузевих показників ефективності відповідно обраним критеріям. Господарюючі суб'єкти в роздрібній торгівлі отримають можливість якісно та повно оцінювати ефективність своєї підприємницької діяльності та виявити за необхідності резерви для її підвищення. Використання представленого методичного підходу

до оцінки з урахуванням запропонованих критеріїв спрямовані на здійснення ефективного управління підприємницькою діяльністю в роздрібній торгівлі.

Довідка видана Дядіну А.С. для надання у спеціалізовану вчену раду Д 64.008.02 Харківського державного університету харчування та торгівлі.

Директор департаменту



В.В. Китайгородська

УЗГОДЖЕНО

Перший проректор
Харківського державного
університету харчування і торгівлі
к.е.н., професор


Д.М. Янчева

« 19 » червня 2017 р.

УЗГОДЖЕНО

Проректор з наукової роботи
Харківського державного
університету харчування і торгівлі
д.т.н., професор


В.М. Михайлов

« 19 » червня 2017 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Ректор
Харківського державного
університету харчування і торгівлі
д.т.н., професор




О.І. Червко

« 19 » червня 2017 р.

АКТ ВПРОВАДЖЕННЯ

**результатів науково-дослідних, дослідно-конструкторських
і технологічних робіт у навчальний процес вищих навчальних закладів**

Замовник Харківський державний університет харчування і торгівлі
найменування організації
ректор ХДУХТ д.т.н. проф. Червко О.І.
П.І.Б. керівника підприємства

Дійсним актом підтверджується, що результати дисертаційного дослідження щодо оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, виконаного з 2013 р. по 2017 р. здобувачем кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі Дядіним А.С. під керівництвом д-ра екон. наук, проф. Чорної М.В.

впроваджені в навчальний процес кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі
найменування структурного підрозділу, де здійснювалося впровадження

1. Вид впроваджених результатів: понятійний апарат у частині уточнення змісту понять «підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі» та «ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі», особливості підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, науково-методичні засади оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі та

методичний інструментарій оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

технологія, обладнання, методики, тощо

2. Форма впровадження: робоча програма, тексти лекцій

3. Новизна результатів науково-дослідних робіт: уточнення змісту понять «підприємницька діяльність у роздрібній торгівлі» та «ефективність підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі», узагальнення особливостей підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі, розвиток науково-методичних засад оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі та удосконалення методичного інструментарію оцінки ефективності підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі.

піонерське, принципово нове, якісно нове, модифікації, модернізація старих розробок

4. Перелік курсів і дисциплін, у рамках яких викладені результати НДР: «Економіка торгівлі та ресторанного господарства», «Економіка торгівлі», «Економіка та прогнозування споживчого ринку»

5. Соціальний і науково-економічний ефект полягає у доповненні робочих програм, текстів лекцій та завдань для практичних та семінарських занять з дисциплін «Економіка торгівлі та ресторанного господарства», «Економіка торгівлі», «Економіка та прогнозування споживчого ринку»

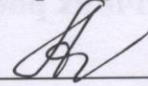
Науковий керівник
д.е.н., професор



М.В. Чорна

« 19 » червня 2017 р.

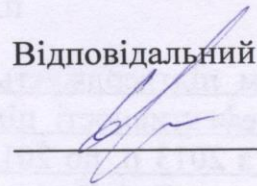
Голова експертної ради по напрямку
НДР «Економіка і
зовнішньоекономічна діяльність»,
к.е.н., професор



Т.В. Андросова

« 19 » червня 2017 р.

Відповідальний за впровадження



А.С. Дядін

« 19 » червня 2017 р.